Genossenschaftliche Volksbibliothek

Herausgegeben vom
Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Heft 30

Genossenschaftlicher Ladendienst

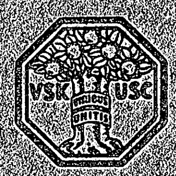
VORTRÄGE

von

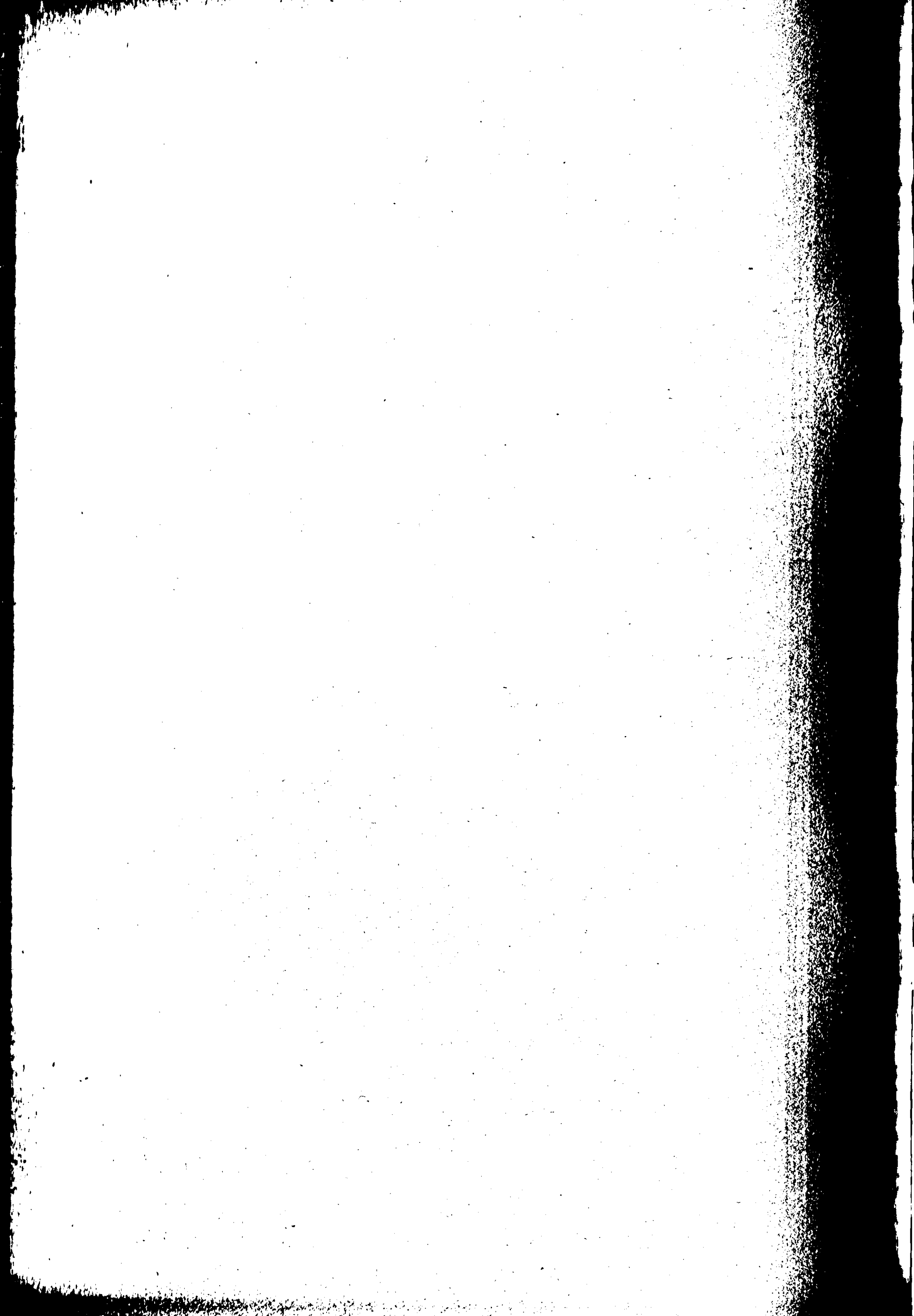
E. ANGST
Zentralverwalter des A. C. V. beider Basel

gehalten im

Genossenschaftlichen Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)



Verlag
Buchhandlung des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)
Druck: Buchdruckerei V. S. K. Basel
1932



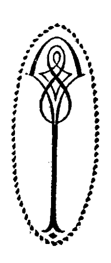
Genossenschaftlicher Ladendienst

VORTRÄGE

von

E. ANGST
Zentralverwalter des A. C. V. beider Basel

gehalten im Genossenschaftlichen Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)



Basel :: Buchdruckerei V. S. K. :: 1932

Inhaltsverzeichnis



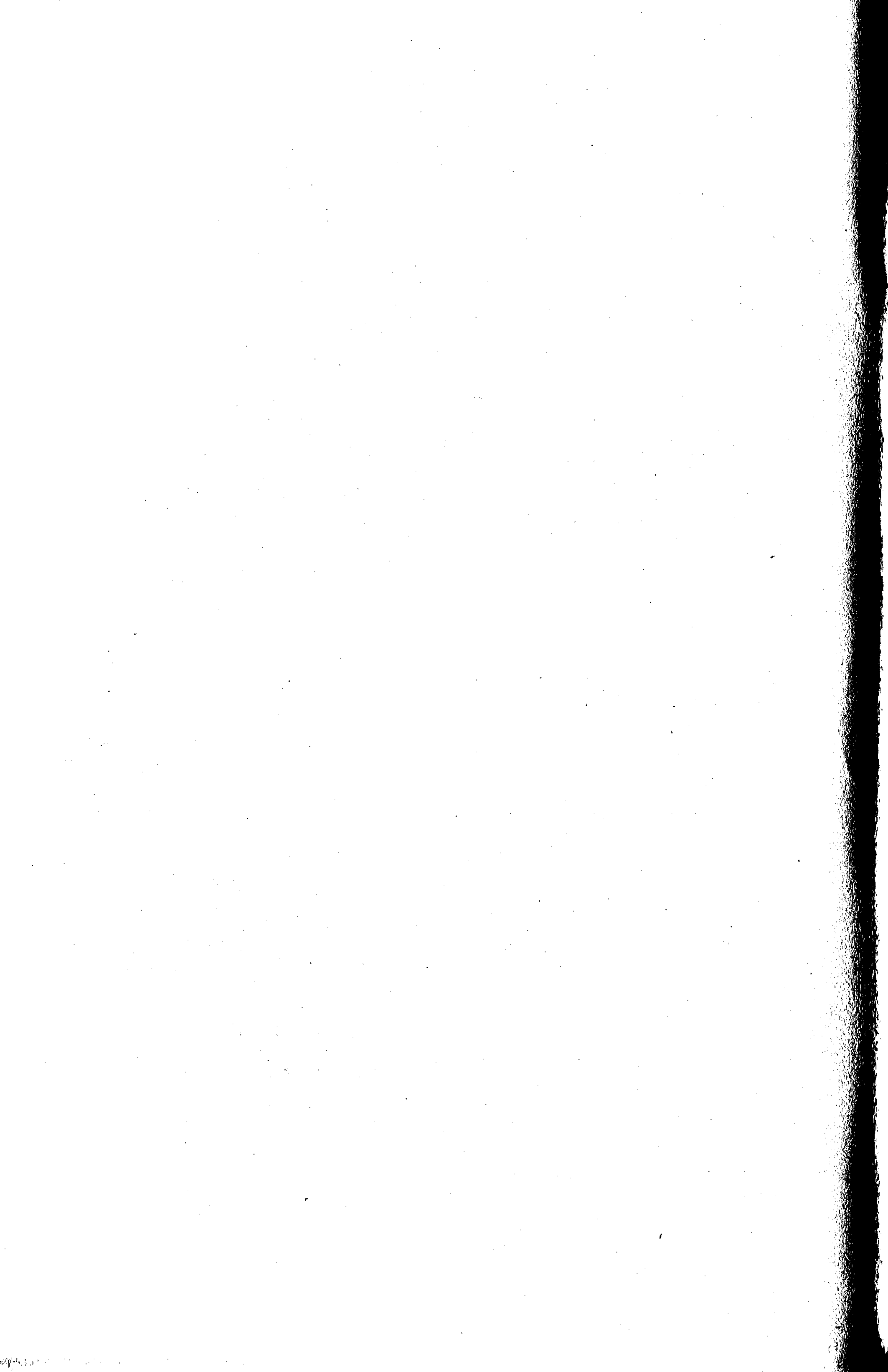
VORWORT.

Der Unterzeichnete erhielt seinerzeit von Herrn Dr. B. Jaeggi, dem Leiter des Genossenschaftlichen Seminars im Freidorf (Stiftung Bernhard Jaeggi) den Auftrag, bei den Lehrtöchterkursen des A. C. V. beider Basel den Unterricht in der Verkaufskunde zu übernehmen. Infolge starker anderweitiger geschäftlicher Inanspruchnahme musste ich jedoch den Unterricht im zweiten Kurse, der am 11. Januar 1932 begann, dem Vorsteher unserer Ladenkontrolle übertragen, dessen Hauptaufgabe darin bestand, das im ersten Kurs von mir Dargebotene durch praktische Uebungen zur Anwendung zu bringen. Einzelne Punkte müssen eben in die Köpfe der Lehrtöchter förmlich eingehämmert werden, sonst gehen sie nicht in Fleisch und Blut über. Der von mir erteilte Kurs umfasste 12 Wochen zu je zwei Unterrichtsstunden. Der Unterrichtsstoff wurde von mir so eingeteilt, dass jede Woche eine Lektion durchgearbeitet wurde. In der ersten Wochenstunde wurde der Stoff dargeboten und durch Beispiele aus meiner Erfahrung ergänzt. Auch die Schülerinnen hatten in dieser Stunde Gelegenheit, Beobachtungen, die sie in ihrer praktischen Tätigkeit im Laden gemacht hatten, zur allgemeinen Kenntnis zu bringen. In der zweiten Wochenstunde wurde der Stoff durch mündliches Abfragen eingeprägt und am Schlusse zu einem kleinen Aufsatz verarbeitet. Wer bis zum Schluss der Stunde mit der schriftlichen Arbeit nicht fertig wurde, hatte dieselbe zu Hause fertig zu machen und am folgenden Tag das Aufsatzheft abzugeben. Selbstverständlich mussten die Hefte korrigiert und jede Arbeit zensiert werden, wodurch ein Wetteifer entstand, der auch auf den mündlichen Unterricht fördernd einwirkte. Der Unterricht in der Verkaufskunde soll die Lehrtöchter nicht nur in der eigentlichen Verkaufstätigkeit ertüchtigen, sondern auch ihre Charakterbildung fördern. Richtig betrieben, dient er auch in hohem Masse dem Unterricht in der Muttersprache.

Basel, den 25. Juli 1932.

E. ANGST

Zentralverwalter des A. C. V. beider Basel.





1. a) Einführung.

Sie sind im Laufe des Jahres in den Verkaufsdienst des A. C. V. eingetreten. Sie wollen, nachdem Sie acht und mehr Jahre die Schule besucht haben, den Lebensunterhalt selbst verdienen oder wenigstens einen wesentlichen Teil an die Lebenskosten Ihrer Familie beitragen. Sie haben sich für den Beruf der Verkäuferin entschieden, einige von Ihnen aus innerer Neigung, einige auch deshalb, weil in diesem Berufe die Arbeitsgelegenheit grösser ist, als in anderen Berufen, die dem weiblichen Geschlecht offenstehen. Sie haben eine Anstellung im A. C. V. vorgezogen, weil Ihre Eltern Mitglieder dieser Genossenschaft sind und Sie deshalb am ehesten auf Anstellung hoffen konnten. Da und dort mag auch bei Ihren Eltern der Gedanke mitgewirkt haben, dass der Dienst in der Genossenschaft ein Dienst am Volke sei und dass also die Töchter ihre geistigen und körperlichen Kräfte für die Allgemeinheit einsetzen und nicht zum Nutzen eines Einzelnen.

b) Die Entwicklung des A. C. V.

Ich möchte Ihnen zunächst, bevor ich auf unser Thema eintrete, einige Angaben machen, wie der A. C. V. entstanden ist und sich zu seiner heutigen Bedeutung entwickelt hat. Es war im Jahre 1865, als sich in Basel eine grössere Zahl von Familienvätern zusammentaten, um den Einkauf von Lebensmitteln und andern Bedarfsartikeln selbst an die Hand zu nehmen. Es war eine Zeit wirtschaftlicher Not. Die Versorgung durch die Privatgeschäfte war ungenügend. Nicht nur war die Qualität der Waren unbefriedigend, sondern auch die Zuschläge zu den Ankaufspreisen waren übermässig hoch. Der Zweck

der Vereinigung war, den Handelsgewinn auszuschalten und das, was bei der Abgabe der Waren an die Mitglieder erübrigt werden konnte, an die Mitglieder zurückzuerstatten. Die Waren sollten zu Tagespreisen abzugeben sein. — Nach einigen Jahren der Schwierigkeiten ging die Entwicklung rasch vorwärts. Ein Geschäftszweig um den andern reihte sich an, bis der jetzige Stand erreicht war. In den letzten Jahren wurde das Warenhaus in die Tätigkeit des A. C. V. einbezogen und zu diesem Zwecke die Liegenschaft an der Freienstrasse erworben und die Kaufhalle St. Clara errichtet. In neuester Zeit wurde auch das Kaufhaus Cardinal angekauft und für unsere Zwecke dienstbar gemacht. Die Eröffnung wird voraussichtlich erst Ende 1932 erfolgen.

c) Zweck und Ziel der Genossenschaft.

Was ist der Grund, dass unsere Genossenschaft eine so erfreuliche Entwicklung genommen hat und zur Wirtschaftsgemeinde von Basel geworden ist? Es ist dies meiner Ansicht nach die Macht der Genossenschaftsidee. Selbstverständlich gehört dazu eine vorsichtige Geschäftsführung, die aber konsequent das Hauptziel der Genossenschaft, den Mitgliedern die Bedarfsartikel in guter Qualität und zu billigem Preis zu verschaffen, nicht aus den Augen verliert. Die Genossenschaftsidee und ihre Entwicklung wird Ihnen von anderer Seite erläutert werden. Ich möchte Ihnen nur das vorführen, was für den Verkaufsdienst notwendig ist. Die Genossenschaft will den Privathandel ausschalten und auch die private Produktion in den genossenschaftlichen Besitz überführen. Der Handelsprofit soll ausgeschaltet werden. Es sollen in den Fabriken und in der Urproduktion nur so viele Waren hergestellt werden, als die Menschheit bedarf. Kein Produkt der menschlichen Arbeit soll zugrundegehen, aber es sollen auch genügend Bedarfsgüter vorhanden sein, um die Bedürfnisse zu befriedigen. Der Gewinn des Fabrikanten über seine Arbeitsleistung hinaus soll verschwinden; er soll für seine Arbeit als Leiter der Fabrikation seinen angemessenen Lohn erhalten.

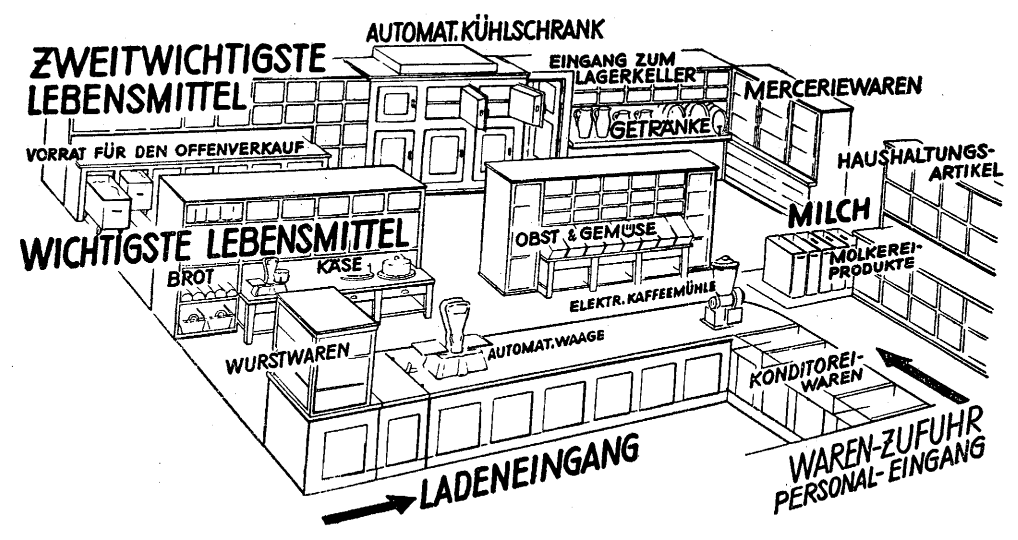


Organisatorischer Aufbau des Allgemeinen Consumvereins beider Basel

Aber auch alle Arbeiter, die die Ware herstellen, sollen derart bezahlt werden, dass sie davon anständig leben können. Desgleichen soll auch der Urproduzent (Landwirt, Minenarbeiter etc.) für sein Produkt so viel bekommen, dass er vor Mangel geschützt ist. Die Waren, seien es Lebensmittel oder sonstige Bedarfsgüter, sollen zum Erstellpreis an die Genossenschaftsmitglieder zur Verteilung kommen.

d) Genossenschaftlicher Verkaufsdienst.

Die Abgabe der Waren an die Mitglieder ist die Aufgabe des Verkaufsdienstes. Bei der Genossenschaft wäre richtiger zu sagen Verteilungsdienst. Sie haben die Waren an die Mitglieder abzugeben zu einem Preis, wie die Verwaltung ihn berechnet hat. Der Preis ist so festgesetzt, dass er die Unkosten vollauf deckt. Was am Ende des Jahres über den Ankauf und die Spesen hinaus übrigbleibt, wird an die Mitglieder nach Massgabe ihres Bezuges rückvergütet. Wer viel bezogen hat, erhält viel; wer wenig bezogen hat, bekommt wenig Rückvergütung. Die Genossenschaftstreue wird dadurch belohnt. Ein Teil des im Laufe des Jahres Ersparten wird zurückbehalten, um damit neue Aufgaben in Angriff zu nehmen. Den Nutzen vom ganzen Betrieb hat die Gesamtheit der Mitglieder, die Käufer. Die Genossenschaftsverkäuferinnen stehen also nicht im Dienste einer einzelnen Person oder einer Anzahl von Kapitalisten, die vom Ertrag Ihrer Arbeit leben, sondern im Dienst der Allgemeinheit, die auch für Ihre Person einen Lohn gewährt, der zu einer bescheidenen Lebensführung ausreicht. Dieses Bewusstsein, für die Allgemeinheit zu arbeiten, ein nützliches Glied der gesamten volkswirtschaftlichen Tätigkeit zu sein, soll Sie stets aufmuntern, wenn der Eifer und der Wille im Dienst der Genossenschaft zu erlahmen droht. — Ihr habt Euren Dienst dem ganzen Volke, in erster Linie den unbemittelten Volksklassen gewidmet. Ihr sollt das Los der armen Bevölkerung erträglicher gestalten. Ihr sollt mithelfen, eine neue Wirtschaftsform zu schaffen, wo es jedem, der arbeiten will und arbeiten kann, mög-



Grundriss und Einteilung eines Warenverkaufslokals des Allgemeinen Consumvereins beider Basel

Uebersicht des Warenverkaufslokales
zu beachten ist der dem Verkauf dienende Teil des Ladentisches

lich ist, seinen Lebensunterhalt zu finden. Dieses Bewusstsein für eine hohe edle Aufgabe seine Kraft einzusetzen, soll Euch mit Begeisterung für Euren Beruf als Genossenschaftsverkäuferin erfüllen. Haltet diese Begeisterung, diesen edlen Eifer stets wach! Euer Beruf soll für Euch nicht bloss Verstandessache, sondern Herzenssache sein.

e) Der Dienst im Privatladen.

Wie ganz anders ist die Stellung einer Verkäuferin in einem Privatgeschäft. Der private Kaufmann hat das Bestreben, seine Waren, die er möglichst billig eingekauft hat, mit möglichst grossem Gewinn zu verkaufen. Er will nicht nur durch den Gewinn seinen Lebensunterhalt verdienen, sondern in möglichst kurzer Zeit zu Reichtum kommen. Die Verkäuferin muss möglichst viel Waren verkaufen und die Kundschaft durch Ueberredung, durch Schmeicheleien und andere Mittel zum Ankauf zu verleiten suchen. Wer dem Kunden am besten das Geld aus der Tasche bringt, gilt als der tüchtigste Verkäufer. Die private Verkäuferin arbeitet nicht für die Allgemeinheit, sondern für den Prinzipal. Der Prinzipal behält den Gewinn für sich und bezahlt dem Angestellten so viel, als er mit ihm vereinbart hat. Vielleicht bekommt derselbe am Ende des Jahres, wenn das Geschäft gut geht, zu seinem Lohn eine Gratifikation. Geht es jedoch schlecht, so wird er entlassen und eine billigere Arbeitskraft eingestellt. Der Angestellte eines Privatgeschäftes ist von der Gnade und Ungnade des Prinzipals abhängig. Er steht im Dienste des Kapitalismus und hilft, wenn auch gegen seinen Willen, mit, den Armen noch ärmer und den Reichen noch reicher zu machen. Ist es nicht eine schönere und edlere Aufgabe, Genossenschaftsverkäuferin zu sein, als in einem Privatgeschäft dem Kapitalismus zu dienen?

2. Die Persönlichkeit der Verkäuferin.

a) Wir haben in der letzten Lektion darauf hingewiesen, dass zwischen dem Privatladen und dem Genossenschaftsladen in bezug auf Zweck, Ziel und

Teilansicht des Ladentisches in einer Filiale des Allgemeinen Consumvereins beider Basel

Automatische Kühlanlage für Getränke, Wurstwaren, Fettwaren etc.

Organisation grosse Unterschiede bestehen. In der äussern Form sind die Tätigkeiten in beiden Läden einander gleich. Die Aufgabe besteht darin, die von der Käuferin gewünschten Waren abzugeben und dafür den Preis in Form von Bargeld entgegen zu nehmen. Bei Kreditverkauf ist der Betrag im Schuldheft der Käuferin oder auf andere einwandfreie Art zu notieren. Aus der Organisation der Genossenschaft geht hervor, dass das Verhältnis zwischen Genossenschaftsverkäuferin und Mitgliedschaft ein anderes, viel intimeres ist, als zwischen Privatverkäuferin und Kundschaft. Es werden deshalb bei der Konsumverkäuferin noch andere Eigenschaften, vor allem eine andere Einstellung zu ihrer Aufgabe, erwartet als bei der Privatverkäuferin. Wie schon bemerkt, muss die Konsumverkäuferin mit einer gewissen Begeisterung und Hingabe an die Lösung ihrer Aufgabe herantreten. Sie muss die Ueberzeugung haben, dass die Genossenschaft der Menschheit von Nutzen sei. Sie muss den zuversichtlichen Glauben haben, dass die Genossenschaftsbewegung eine grosse Zukunft vor sich habe und bestimmt sei, die arbeitenden Volksklassen aus den Fesseln des Kapitalismus zu befreien und ihnen einen Platz an der Sonne zu sichern. Wenn die Konsumverkäuferin von diesem Idealismus getragen wird, so wird sie ihre Stellung nicht nur als Mittel zum Broterwerb auffassen, sondern sich als wichtiges Glied des allgemeinen Volksganzen fühlen und gern alle ihre Kräfte im Dienste des Volksganzen anwenden.

b) Wenn die Verkäuferin von diesem Willen beseelt ist, so wird sie sich bemühen, die Kenntnisse und Fähigkeiten in vollem Masse zu erwerben, die zur Ausübung ihrer Tätigkeit erforderlich und wünschbar sind. Sie wird während und auch ausserhalb des Dienstes ihr Verhalten, ihr Tun und Lassen so einrichten, dass dadurch die Wertschätzung ihrer Tätigkeit gefördert wird. Sie wird durch ihre äussere Erscheinung und ihr Benehmen zu bewirken suchen, dass der Laden gern aufgesucht wird und die Mitglieder Freude empfinden, wenn sie von ihr bedient werden.

Nicht nur in einem Privatgeschäft, sondern auch in der Genossenschaft werden die Anforderungen, die an die Persönlichkeit der Angestellten gerichtet werden, immer grösser. Die Verkäuferin verkörpert gegenüber der Mitgliedschaft den Laden und die Genossenschaft. Von der Persönlichkeit der Verkäuferin schliesst die Mitgliedschaft auf die Verwaltung und das Geschäft überhaupt. Das Schicksal der Genossenschaft liegt darum zu einem grossen Teil in der Hand des Verkaufspersonals. Die Verwaltung muss deshalb bei der Auswahl der Lehrtöchter für den Verkaufsdienst sehr sorgfältig zu Werke gehen und hohe Ansprüche stellen an die Schulbildung, die Intelligenz, die Umgangsformen, den Charakter und die äussere Erscheinung der Bewerberin.

c) Wie Sie wissen, ist bei uns das 16. Altersjahr als untere Grenze für die Anstellung vorgesehen. Da jedoch die Lehrzeit nicht inbegriffen ist, so kann der Eintritt mit dem vollendeten 15. Altersjahr erfolgen. Da die obligatorische Schulpflicht mit dem 14. Altersjahr abschliesst, worauf sich bei den Bewerberinnen noch ein Jahr Welschlandaufenthalt anreiht, so dürfte die untere Grenze von allen Bewerberinnen erreicht werden. Die Bewerberinnen haben sich durch ihre Schulzeugnisse und ihre geistige Veranlagung für ihre Befähigung zum Ladendienst auszuweisen. Da Schulzeugnisse nicht immer über die natürliche Intelligenz und Befähigung Aufschluss erteilen, so müssen sich die Bewerberinnen einer kurzen Prüfung unterziehen, damit sich die Verwaltung über ihren Geisteszustand ein Urteil bilden kann. Speziell werden auch die Bewerberinnen auf ihre Kenntnisse im Rechnen geprüft. Selbstverständlich wird bei der Anstellung auch die äussere Erscheinung in Erwägung gezogen. Auch vom Auftreten der Bewerberin hängt viel ab. Vorlautes Wesen stösst ab, aber auch allzu grosse Schüchternheit passt nicht in den Laden hinein. Oft ist der Eindruck von Kleinigkeiten abhängig, so z. B. vom Benehmen bei der Vorstellung der Bewerberin. Jede Bewerberin muss ein Anmeldeformular ausfüllen und dazu noch eine

schriftliche Offerte einreichen. Diese Schriftstücke sind bei der ersten Beurteilung von Wichtigkeit. Unordentlichkeit, Nachlässigkeit und Gleichgültigkeit finden oft darin schon ihren Ausdruck. Wir können in der Offerte Schreibfehler oder auch eine falsche Satzbildung verzeihen, auch braucht die Schrift nicht gerade schön zu sein, wenn sie nur leserlich ist. Was wir aber nicht entschuldigen können, sind Tinten- und Schmutzflecke, Fingerabdrücke, zerknittertes Papier. Solche Anmeldungen legen wir zur Seite.

d) Auf die äussere Erscheinung wird ein besonderes Augenmerk gerichtet. Allzu kleine Leute, die kaum über den Ladentisch hinübersehen, können nicht wohl eingestellt werden. Das Reichen der Ware aus den verschiedenen Schäften wird den kleinen Personen allzu mühsam. Es ist jedoch nicht notwendig, dass die Verkäuferin ein hübsches Gesicht besitzt, denn schöne Personen sind oft eingebildet. Aber jede Tochter und wenn sie auch von der Natur nicht begünstigt wurde, kann ein angenehmes Aeusseres zeigen, wenn sie auf Körperpflege und Kleidung Sorgfalt verwendet. Frohes Wesen und Herzensgüte prägt sich auf dem Gesicht aus und macht die Verkäuferin angenehm. Schönheit ohne diese Eigenschaften lässt den Menschen kalt. Ein angenehmes Aeusseres der Verkäuferin trägt aber viel zur guten Stimmung der Kunden bei. Es hebt auch das sichere Auftreten der Verkäuferin, wenn sie weiss, dass ihr Aeusseres nicht zur Kritik Anlass geben kann. Die Verkäuferin hat besondere Sorgfalt auf ihre Kleidung zu verwenden. In unsern Warenlokalen wird das Personal mit weissen Aermelschürzen ausgestattet, an deren Anschaffungskosten es zwar einen Beitrag zu leisten hat. Im Kaufhaus ist schwarz vorgeschrieben, in andern Betrieben werden dunkelblaue Ueberkleider verabfolgt. In erster Linie müssen aber diese Ueberkleider sauber und ganz sein. Mit schmutzigen Schürzen darf keine Kundin bedient werden. Aber auch die andern Kleidungsstücke sollen in Ordnung sein. Schmuck ist zu vermeiden. Es macht sich nicht gut, wenn in einem Laden, der zum grossen Teil von armen Frauen besucht wird, die Verkäuferin mit

Ringen, Halsschmuck, Armbändern etc. prahlt. Eine Brosche wird zwar niemand beanstanden. Das Schuhwerk soll bequem und zweckmässig sein. Die Verkäuferin muss viel stehen und gehen und darf nicht durch unvernünftige Modeschuhe gehindert werden. Also nicht zu enge Schuhe und nicht zu hohe Absätze, sonst gibt's bald Hühneraugen und Plattfüsse. Auch in bezug auf die Strumpfmode sollte acht gegeben werden. Während der heissen Wochen erschien eine Anzahl Verkaufsgehilfinnen und Lehrtöchter ohne Strümpfe in den Läden. Sofort erhielten wir von seiten einiger Mitglieder Reklamationen, die daran Anstoss nahmen und das als unanständig bezeichneten. Wir haben von dieser Beschwerde den betreffenden Gehilfinnen Kenntnis gegeben, ohne jedoch eine Verordnung zu erlassen. Es geht immerhin daraus hervor, wie sehr das Personal der Kritik ausgesetzt ist und dass es gut tut, sich etwas darnach zu richten. Allgemein soll als Regel gelten, dass die Kleidung einfach sei. Ueberspanntheiten der Mode sollten die Verkäuferinnen vermeiden. Die Kleidung soll zu ihrem Körper, zu ihrem Gesicht und zu ihrem ganzen Wesen passen. Das hängt vom Geschmack, vom Takt und von der Intelligenz der Verkäuferin ab. Es gibt ja bekanntlich Frauen, die sich trotz grossem Geldaufwand nicht zu kleiden wissen. Die Verkäuferin soll speziell darauf schauen, dass sie durch ihre Kleidung bei ihren Hantierungen nicht gehindert ist. So z. B. soll sie beim Verkauf keine Ueberärmel tragen.

3. Körperpflege.

a) Der Verkäuferinnenberuf stellt nicht nur grosse Anforderungen an die geistige Tätigkeit, sondern verlangt auch körperliche Tüchtigkeit. Deshalb wird jede Lehrtochter vor ihrer Einstellung zum Arzt geschickt, der zu entscheiden hat, ob sie die zum Verkäuferinnenberuf notwendigen körperlichen Eigenschaften besitzt. Die Verkäuferin muss darnach trachten, die langen Jahre hindurch ihre Gesundheit zu erhalten, um ihrer Aufgabe stets genügen zu können. Viele aber gehen mit dem kostbaren Gut

«Gesundheit» recht verschwenderisch um. Vor allem ist darauf zu achten, dass der Schlaf nicht zu kurz kommt. Am wohltuendsten ist, wie Ihnen wohl bekannt ist, der Schlaf vor Mitternacht. Darum beizeiten zu Bett und morgens früh auf. Verschlafene Gesichter in einem Laden stossen die Kundschaft ab, abgesehen davon, dass eine verschlafen aussehende Verkäuferin schlecht und mürrisch bedient und zur Arbeit nicht aufgelegt ist. Wir wollen damit den Verkäuferinnen nicht verbieten, dann und wann an einer Abendunterhaltung, an einem Gesangverein etc. oder andern geselligen Anlässen teilzunehmen, denn die Freude gehört zum Leben, wie das Gewürz zur Speise. Aber alles mit Mass und Ziel nach dem Dichterwort: « Tages Arbeit, abends Gäste, saure Wochen, frohe Feste. »

b) Die Verkäuferin muss auf die Pflege der Haut besondere Sorgfalt verwenden. Hierfür ist bekanntlich das billigste und wirksamste Mittel: Wasser und Seife. Man wasche sich jeden Morgen nicht nur Hände und Gesicht, sondern wenn möglich den ganzen Körper, und zwar mit kaltem Wasser, um sich gegen Erkältung abzuhärten. Auch Augen, Ohren und Hals bedürfen einer besonderen Reinigung. Augen, in deren Winkel noch der Schlaf sitzt, Ohren, die nicht sauber sind und ein Hals mit einem schwarzen, von einem Halskettchen herrührenden Strich, alles dies macht einen schlechten Eindruck. Wenn immer möglich jede Woche ein Bad. Nicht zu lange im Wasser bleiben und auch nicht zu warm. Statt des Bades etwa eine Dusche. Das Wasser ist nach der Ansicht der Aerzte das beste Vorbeugungsmittel gegen Krankheit. Beim Waschen und Baden soll keine stark parfümierte Seife verwendet werden, denn diese greift die Haut an. Auch ist ein starker Parfümgeruch besonders in einem Lebensmittelladen unerträglich. Darum soll die Verkäuferin eines Lebensmittelgeschäftes weder ihre Kleider noch ihre Haare parfümieren. Damen, die ein starkes Parfüm ausströmen, gelten nicht als fein. Wer seinen Körper peinlich sauber hält, braucht derartige Mittel nicht anzuwenden.

c) Jede Verkäuferin achte auf eine richtige Mund- und Zahnpflege. Dazu gehört vor allem die Reinhaltung des Mundes. Nach jeder Mahlzeit sind allfällige Speisereste zu entfernen und alsdann mit lauwarmem Wasser, dem man ja einige Tropfen eines Mundwassers beimengen darf, auszuspülen. Morgens und abends die Zähne mit Zahnbürste bearbeiten. Zahnlücken sind durch den Zahnarzt auszufüllen. Verkäuferinnen mit schlechten Zähnen müssen deshalb von Zeit zu Zeit zum Zahnarzt gehen und das Gebiss reparieren lassen. Faulige und schlecht gepflegte Zähne verursachen einen übelriechenden Atem, der die Kundschaft abstösst. Wenn eine Kundin den übelriechenden Atem der gegenüberstehenden Verkäuferin einatmet, so wird sie unwillkürlich zurückweichen und auf deren Bedienung verzichten. Darum ist es notwendig, mit einem Mundwasser tüchtig zu gurgeln und den Mund zu desinfizieren.

d) Auch auf die Reinhaltung der Haare ist zu achten. Die Schuppen müssen entfernt werden und dürfen sich nicht bei jeder Bewegung auf den Ladentisch und die Waren lagern. Also von Zeit zu Zeit den Kopf waschen. Seit der Bubikopf Mode geworden ist, muss der Haartracht noch mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden. Selbstverständlich macht hierüber die Verwaltung keine Vorschriften. Immerhin waren die aufgebundenen Zöpfe für den Ladendienst bequemer als der Bubikopf. Jede wähle die Haartracht, die ihr am besten steht und die schnell und leicht in Ordnung zu bringen ist. Die Verkäuferin sorge aber dafür, dass ihr die Haare nicht über die Augen herunterfallen. Besonders aber hüte sie sich davor, von Zeit zu Zeit mit den fünf Fingern ihrer Hand die Haare in Ordnung zu bringen und alsdann mit der gleichen Hand der Käuferin die Ware zu reichen. Das hat in letzter Zeit zu häufigen Reklamationen geführt und z. B. die Schlächtereiverwaltung dazu bewogen, das weisse Stirnhäubchen obligatorisch zu erklären. Es ist möglich, dass wir auch in den Warenläden noch zu einer derartigen Massnahme kommen werden.

Auch auf die Pflege der Hände soll die Verkäuferin achten. Dass sie sauber sein müssen, ist eine Selbstverständlichkeit, besonders aber achte die Verkäuferin darauf, dass die Fingernägel nicht mit Trauerrändern versehen sind. Rote und rissige Hände sind zu pflegen, denn solche Hände wirken abstossend. Beim Verkehr mit Lebensmitteln soll überhaupt darauf geachtet werden, dass die menschliche Hand wenn immer möglich mit der Ware nicht selbst in Berührung kommt. Ganz besonders bei Fleischwaren, aber auch bei Käse, Butter etc. Auch aus diesem Grunde trachten wir darnach, die Waren abgepackt in die Läden zu liefern.

Auch auf die Fusspflege soll die Verkäuferin ihr Augenmerk richten. Sie muss ja fast den ganzen Tag stehen und darum dafür sorgen, dass ihre Füsse gesund bleiben. Also täglich abends vor dem Zubettgehen die Füsse waschen und dazu vernünftiges Schuhwerk tragen.

Man wird einwenden, dass für die Körperpflege die Verkäuferin nicht genügend Zeit habe. Aber alle die angeführten Massnahmen lassen sich abends und morgens in verhältnismässig kurzer Zeit erledigen. Aber auch der freie Nachmittag kann ganz wohl teilweise hierfür verwendet werden.

Auch die Körperhaltung, welche die Verkäuferin hinter dem Ladentisch einnimmt, kann auf den Kunden günstig oder ungünstig wirken. Wenn die Ladentocher auf einem Stuhl sitzt und den eintretenden Kunden kaum beachtet, anstatt sofort beim Eintreten an den Ladentisch zu gehen, so macht das auf den Kunden einen schlechten Eindruck. Ein Erlebnis, das ich in R. vor einem Jahr gemacht habe, bleibt mir stets in Erinnerung. Als ich in den Laden eintrat, unterhielt sich eine Verkäuferin mit einer Kundin, die andere sass hinter dem Ladentisch und las die Zeitung. Ich trat an sie heran und sie fragte mich, ohne aufzusehen, was ich wünsche. Als ich ihr mein Begehr mitteilte, erklärte sie, sie würden den Artikel nicht halten, ich möchte gegenüber im Papeteriegeschäft vorsprechen.

4. Charaktereigenschaften.

a) Die Verkäuferin einer Genossenschaft nimmt in ihrem Laden eine viel selbständigere Stellung ein als die Verkäuferin eines Privatladens. Während letztere von ihrem Prinzipal fast ständig beobachtet wird, ist die Konsumverkäuferin oft tagelang ohne persönliche Kontrolle. Sie wird von der Verwaltung mit der Führung des Ladens betraut und nur von Zeit zu Zeit erscheint im Laden ein Kontrolleur, der sie in der Ladenführung beobachtet. Der private Kaufmann ist bald imstande, eine neue Verkäuferin zu beurteilen und ungeeignete Personen zu entfernen. Die Beurteilung einer Konsumverkäuferin ist jedoch nicht so leicht. Die Anforderungen an die Charaktereigenschaften einer Konsumverkäuferin sind besonders gross, weil die Konsumverkäuferin nicht unter ständiger Aufsicht steht. Fleiss, guter Wille und ein **freundliches,** heiteres Gemüt gehören zu den Vorbedingungen. Die Konsumverkäuferin muss immer gleichmässig freundlich, liebenswürdig und frisch sein, auch wenn ihr einmal körperlich nicht besonders gut zumute ist. Sie muss das nötige Mass an Selbstbeherrschung besitzen. Persönlicher Kummer und Sorgen dürfen im Geschäft nicht bemerkbar sein. Sie muss auch unangenehme Kunden mit gleicher Freundlichkeit und Höflichkeit wie die übrigen Kunden bedienen. Sie muss gegen ihre Nebenarbeiterinnen verträglich sein, auch wenn ihr die eine oder die andere nicht sympathisch ist. Sie darf nicht verdriesslich zur Arbeit kommen, darum muss sie sich an eine regelmässige Ordnung gewöhnen. Mancher Verkäuferin ist die Liebenswürdigkeit angeboren. Wo das nicht zutrifft, muss die Selbstbeherrschung und die Selbsterziehung treten.

b) Eine Anforderung, die in erster Linie an das Verkaufspersonal gerichtet werden muss, ist die **Ehrlichkeit.** Es gibt leider Menschen, die eine angeborene Disposition zur Unehrlichkeit haben. Sie können an Dingen nicht vorbeigehen, nach denen sie Verlangen haben. Bei der Ladengehilfin fängt es gewöhnlich mit der Naschhaftigkeit an und endet mit dem Gelddiebstahl. Aber der Krug geht zum

Brunnen, bis er bricht. Es kann allerdings manchmal längere Zeit dauern, bis die Diebin entdeckt wird oder bis festgestellt ist, wer die Schuld am Ladenmanko trägt. Aber zuletzt kommt es eben doch an den Tag und es erfolgt sofortige Entlassung und in gewissen Fällen Ueberweisung an den Strafrichter. Wir warnen und mahnen deshalb das Verkaufspersonal, auch im kleinsten ehrlich zu sein und sich durch die Begehrlichkeit nach schönen Kleidern, Luxusgegenständen, Schmuck und Vergnügungen aller Art nicht zur Untreue verleiten zu lassen. Auf einen gewissen Umstand möchte ich doch noch hinweisen. Gewissenlose Burschen machen sich etwa die Unerfahrenheit und Weltfremdheit mancher Ladentochter zunutzen. Sie nehmen sie mit zu Spaziergängen und in Vergnügungslokale, manchmal auf Kosten der Begleiterin! Es sind mir Fälle bekannt, wo die Tochter einen Grossteil ihres Lohnes einem Burschen anhängte. Ernste Absichten haben diese Burschen gewöhnlich nicht und diejenigen, welche solche hätten, sind wegen geringem Einkommen nicht im Falle, diese Absichten zu verwirklichen. Darum «hütet Euch am Morgarten»!

Ich muss gestehen, dass in einem Konsumladen für eine unehrliche Verkäuferin Gelegenheit zum Stehlen vorhanden ist. Die Lehrtöchter und auch die Gehilfinnen werden aber dann und wann, ohne dass sie es bemerken, auf die Probe gestellt und manche ist schon hineingefallen. Ferner wird ständig eine unauffällige Kontrolle ausgeübt. Wenn in einem Laden wiederholt Manki auftreten und die Diebin nicht entdeckt wird, so treten Versetzungen ein. Wir haben in einigen Ladenlokalen eine Registrierkasse aufgestellt. Wir sind zwar nicht überzeugt, dass hierdurch Diebstähle gänzlich zu vermeiden sind, aber eine Erschwerung des Gelddiebstahls bedeutet die Registrierkasse doch. Wir haben uns deshalb schon oft die Frage vorgelegt, ob wir nicht allgemein auch für die Warenlokale Registrierkassen anschaffen sollten, wie wir solche in der Kaufhalle St. Clara und in vielen Schlächtereifilialen eingeführt haben. Aber wir haben uns bis jetzt nicht dazu entschliessen können. Erstens würde die An-

schaffung für unsere 170 Warenfilialen etwa 500,000 Franken kosten und ferner bedeutet die Registrierkasse in einem stark frequentierten Laden eine Verlangsamung des Dienstes; man müsste für einen solchen Laden schon mehrere Registrierkassen anschaffen. Wir sind der Meinung, es sollte möglich sein, das Personal so zu **erziehen,** dass die Einführung von Kontrollkassen nicht nötig sein sollte. Wir möchten das hierfür aufzuwendende Geld lieber für die Einrichtung des Telephons, die Aufstellung von elektrischen Kaffeemühlen, von Aufschnittmaschinen etc. verwenden. Ehrliches Personal heranzuziehen scheint mir richtiger als Kontrollkassen anzuschaffen.

c) Ein weiteres Erfordernis ist die **Wahrhaftigkeit** des Personals. Die Genossenschaftsverkäuferin darf eine Kundin nicht durch unwahre Angaben zum Ankauf einer Ware verleiten. Das widerspricht den Grundsätzen der Genossenschaft. Wir haben die Aufgabe, die Bedarfsartikel in guter Qualität, zu billigem Preis an die Mitglieder abzugeben. Wenn wir billige Artikel minderer Qualität abgeben, wie dies in letzter Zeit auch verlangt wird, so soll die Kundin über die Qualität des Artikels nicht im Zweifel gelassen werden. Die Genossenschaft darf ihre Mitglieder nicht betrügen und sie auch nicht zu unnötigen Ausgaben verleiten. Also unbedingte Wahrhaftigkeit der Kundschaft gegenüber. Das verhindert selbstverständlich nicht, dass die Verkäuferin die Ware der Kundschaft empfehlen soll. Um dies richtig tun zu können, ohne die Wahrhaftigkeit zu verletzen, muss die Verkäuferin die Eigenschaften und die Verwendungsmöglichkeit der Ware kennen.

Wahrhaftig muss die Verkäuferin aber auch gegen ihre Vorgesetzten sein. Auf gestellte Fragen soll sie der Wahrheit gemäss antworten. Unrichtige Angaben über den Inventarbestand bei Abschlägen und Aufschlägen werden als Betrugsversuche taxiert. Begangene Fehler sollen offen eingestanden und nicht durch faule Ausreden bemäntelt werden. Wird die Verkäuferin auf einer Lüge ertappt, so wird man ihr eben nicht mehr glauben, nach dem bekannten Sprichwort: «Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht» etc. Die Lüge ist vielfach eine Feigheit. Man muss

den Mut zur Wahrheit aufbringen. Aber auch gegen die Nebenarbeiterinnen und Kolleginnen soll man wahrhaftig sein. Das «Anschwindeln» von Bekannten und Freudinnen ist eine schlechte Gewohnheit.

d) Wir müssen von den Verkäuferinnen auch eine gewisse **Verschwiegenheit** verlangen. Unsere Geschäftsführung braucht zwar die breiteste Oeffentlichkeit nicht zu scheuen und wir legen ja Ende des Jahres möglichst detaillierte Rechnung ab. Aber es gibt doch gewisse Vorkommnisse, auch in einem Laden, die nicht an die grosse Glocke gehängt werden sollen. Wenn eine Verkäuferin aus irgendwelchem Grunde austreten muss, so ist es nicht nötig, dass diese Gründe überall bekannt werden. Werden über Waren Beschwerden laut, so sind diese Klagen sofort an die Verwaltung zu leiten, nicht aber dem ganzen Kundenkreis mitzuteilen. Die Verkäuferin sollte so viel Taktgefühl besitzen, dass sie selbst unterscheiden kann, was sie mitteilen soll und was sie für sich behalten muss. Besonders soll sie über die Inventarresultate ihres Ladens keinen Drittpersonen Mitteilung machen. — Es kommt etwa vor, dass ihr von Hausfrauen Familienangelegenheiten mitgeteilt werden. Solche ihr mitgeteilte Geheimnisse soll sie für sich behalten und soll sie weder im Laden noch sonst preisgeben. Frauen haben etwa das Bedürfnis, ihre Herzensnot der ihr wohlbekannten Verkäuferin zu klagen. Letztere würde aber taktlos und geradezu roh handeln, wenn sie das weiter erzählen würde. Sie würde dadurch das Vertrauen der Kundin für immer verlieren. — Es kommt vor, dass die Verkäuferin Frauen, die in Not sind, Kredit geben muss, worüber wir noch später zu reden haben. Manche Verkäuferinnen sind taktlos genug, die Frauen in Gegenwart des übrigen Personals und sogar anderer Kunden an ihre Schuld zu erinnern. Die Mahnung soll unter vier Augen erfolgen und wenn diese Mahnung nichts nützt, hat sich die Verkäuferin an die Verwaltung zu wenden, die von sich aus bei der Schuldnerin vorstellig wird. Begeht aber die Verkäuferin die vorhin erwähnte Taktlosigkeit, so ist oft Guthaben und Kundin miteinander verloren. Also **Verschwiegenheit** und **Taktgefühl.**

5. Weitere Anforderungen.

a) **Geschäftsinteresse.** Wir haben schon früher auseinandergesetzt, dass die Konsumverkäuferin für ihre Tätigkeit eine gewisse Begeisterung für die Grundsätze der Genossenschaft besitzen muss. Sie muss sich mit Leib und Seele für ihren Beruf hergeben. Das Wohl der Genossenschaft muss bei allen ihren Handlungen für sie die treibende Kraft sein. Das Interesse des Ladens muss auch ihr eigenes Interesse sein. Wer sich scheut, eine kurze Weile länger zu arbeiten als unbedingt vorgeschrieben, um die reglementarische Arbeitszeit auszufüllen, taugt nicht in einen Konsumladen. Wer «Minuten schindet», soll fernbleiben. Es gibt Angestellte und Verkäuferinnen, die ausserordentlich exakt sind beim Aufhören, aber weniger exakt beim Anfangen. Die richtige Ladentochter sucht sich nützlich zu machen ohne Rücksicht auf den Schlag der Glocke. Sie wird gerne etwas übernehmen, was andere nicht tun können oder etwa auch nicht tun wollen. Sie wird auch etwas Unangenehmes erledigen, ohne sich lange zu besinnen oder lange zu fragen. Sie wird auch das «Genossenschaftliche Volksblatt» eifrig studieren, um sich über Preisänderungen, Einführung neuer Artikel etc. sofort zu informieren, damit sie am Ladentisch gerüstet dasteht. Ausserhalb der Geschäftszeit soll die Verkäuferin etwa auch die Preise der Konkurrenz zu erfahren suchen und die Verwaltung auf allfällige Preisunterschiede aufmerksam machen.

b) **Pünktlichkeit.** Die rechte Genossenschaftsverkäuferin ist in ihrer Tätigkeit pünktlich und gewissenhaft. In erster Linie ist Pünktlichkeit im Antreten und Oeffnen des Ladens notwendig. Was für einen Eindruck macht es, wenn am Morgen um sieben Uhr Leute vor der geschlossenen Ladentüre warten müssen! Die pünktliche Verkäuferin richtet es so ein, dass spätestens um 7 Uhr die Bedienung beginnen kann. Pünktlich soll auch die Verkäuferin während der Arbeit sein. Pünktlich auch in der Erfüllung der kleinsten Pflichten.

Die Schwester der Pünktlichkeit ist die Ordnungsliebe. Ordnung ist so wichtig, wie Fleiss und Intelligenz. Jeder Gegenstand soll seinen bestimmten Platz haben. «Jedes Ding an seinem Ort, erspart viel Mühe, Zeit und Wort.»

Es macht auch einen schlechten Eindruck, wenn die Verkäuferin im Laden lange nach einer Ware suchen muss. Nach einem getätigten Verkauf (Schuh- und Manufakturwaren) sollen die vorgelegten Artikel so rasch als möglich wieder an ihren Ort versorgt werden. Keinesfalls darf die Verkäuferin den Laden verlassen, ohne vollständige Ordnung hergestellt zu haben. «Verschiebe nichts auf morgen!»

In jedem Laden gibt es viele gleichförmige und eintönige Arbeit zu verrichten, wie übrigens in jedem Beruf und in jedem Haushalt. Dazu gehören z. B. die Reinigungsarbeiten, das Zurüsten der Waren (Obst und Gemüse). Hier heisst es für die Verkäuferin, sich mit Geduld zu wappnen, damit Freude und Lust an der Arbeit nicht erlahmen.

c) **Gehorsam.** Eine erste Pflicht der Angestellten eines Geschäftes ist der Gehorsam gegenüber den Weisungen und Anordnungen der Vorgesetzten. Im Dienst- und Verkäuferinnenreglement ist angegeben, wen die Verkäuferinnen als Vorgesetzte zu betrachten haben. Die Vorgesetzten der Lehrtöchter sind in erster Linie die Verkäuferinnen, alsdann die Ladenkontrolleure und dahinter die Verwaltungskommission. Glaubt die Lehrtochter einen Befehl nicht ausführen zu können, so steht ihr der Weg der Beschwerde an die Ladenkontrolle oder an die Verwaltungskommission offen. Der Beschwerdeweg soll aber nicht wegen jeder Kleinigkeit beschritten werden. Der persönliche Wille muss sich dem allgemeinen Geschäftsinteresse unterordnen; z. B. Urlaubsbegehren, Ferienangelegenheiten, Beschwerden über die Behandlung durch die Verkäuferin, sind an die Ladenkontrolle zu richten. Die Lehrtochter muss sich jedoch überwinden lernen und sich an den Gehorsam gewöhnen, denn wer nicht gelernt hat zu gehorchen, kann später auch nicht befehlen. — Der Vorgesetzte hat Anspruch auf Hochachtung. Der Untergebene hat diese Hochachtung durch Höflich-

keit und Bescheidenheit in seinem Auftreten gegenüber dem Vorgesetzten zu bekunden. Die Höflichkeit verlangt, dass die Verkäuferin den Vorgesetzten zuerst grüsst und aufsteht, wenn sie sitzt. Die Verkäuferin wird etwa in den Fall kommen, beim Chef eine Audienz zu verlangen. Da ist es am besten, wenn sie vorher telephonisch anfragt, wann der Chef zu sprechen sei. Es ist auch zu empfehlen, wenn sie telephonisch den Grund der Audienz kurz angibt. In bestimmten Fällen, wo sie sich wegen eines Fehlers zu entschuldigen hat, soll sie die Erklärung abgeben, dass es nicht mehr vorkommen werde. Das ist besser, als lange mündliche Ausführungen. Hat eine Verkäuferin über irgend eine Person eine Beschwerde vorzubringen, so soll sie das ruhig und sachlich tun, namentlich soll sie sich vor Uebertreibungen und Entstellungen hüten. Die Beschwerdeführerin möge bedenken, dass der Chef auch die Gegenpartei anhören wird. Wenn sich herausstellt, dass die Beschwerdeführerin nicht bei der Wahrheit geblieben ist, so hat sie das Zutrauen des Chefs verloren.

Es kommt etwa vor, dass der Vorgesetzte eine Verkäuferin zu sich kommen lässt, um ihr einen Tadel auszusprechen, oder über ihr Verhalten ihr Vorhaltungen zu machen. Das führt manchmal zu erregten Auftritten, wenn die Verkäuferin nichts anderes zu tun weiss, als entrüstet auszurufen: «Das ist nicht wahr!» Ein derartiges Benehmen ist ungezogen. Sie hat die Vorhaltungen anzuhören, ohne dareinzureden. Wenn sie die Zurechtweisung als ungerechtfertigt empfindet, so hat sie den Chef zu bitten, ihre Rechtfertigung anzuhören. Dies darf aber nicht in herausforderndem Ton geschehen, sondern höflich, wie es sich geziemt. Die Verkäuferin soll sich beherrschen, besonders wenn sie weiss, was für sie auf dem Spiel steht.

d) Verträglichkeit. In einem Laden mit viel Personal ist es nötig, dass sich die Angestellten unter sich gut verstehen und gut miteinander auskommen. Sei verträglich mit den Nebenarbeiterinnen! Sei ihnen gegenüber gefällig und dienstbereit! Drücke Dich nicht von den Nebenarbeiten,

um sie andern aufzubürden! Unterlasse Neckereien und dumme Spässe! Man hat im Laden anderes zu tun. Unter allen Umständen muss Zank und Streit in Gegenwart von Kunden vermieden werden. Im Verkehr mit den Kolleginnen ist das Sprichwort zu beherzigen: «Was du nicht willst, das man dir tu, das füg' auch keinem andern zu.»

Es ist dem Personal nicht gestattet, sich bei eigenen Einkäufen selbst zu bedienen. Das Gleiche trifft zu bei Einkäufen der eigenen Familienglieder. Es ist ferner nicht gestattet, dass das Personal für sich Ware zurücklegt, denn nicht selten hört man klagen, dass die Verkäuferinnen die besten Sachen für sich in Anspruch nehmen. Besondere Erbitterung erregt es, wenn in einem Laden die Ware ausgegangen ist und die Kundin nicht mehr bedient werden kann, während die Verkäuferin von dieser Ware für sich selbst reserviert hat und die Kundin dies bemerkt.

Fehler der Angestellten sollen der Verwaltung nicht zur Kenntnis gebracht werden, sofern sie ohne Geschäftsschädigung vom Personal selbst wieder gutzumachen sind. Kommen jedoch grobe Verstösse vor, so sind sie der Verwaltung zu melden.

Sei gegen die übrigen Angestellten nicht allzu vertraulich! Das öffentliche Dutzen des ganzen Personals macht auf die Kundschaft keinen guten Eindruck. Mit den Fuhrleuten, welche die Ware bringen, sei nicht allzu vertraulich und gebe auf anzügliche Redensarten überhaupt keine Antwort. Gebt auch keinen Anlass zu Gerede, hauptsächlich sollt Ihr mit den Fuhrleuten nicht auf Du und Du stehen. Wer diese Ratschläge nicht befolgt, wird die Achtung der übrigen Angestellten und auch der Vorgesetzten nicht erwerben.

6. Benehmen gegenüber der Kundschaft.

a) Wichtiger als das Verhalten der Verkäuferin gegenüber Vorgesetzten und Mitangestellten ist das Benehmen gegenüber der Mitgliedschaft. Da darf es die Verkäuferin nicht an der nötigen Höflichkeit fehlen lassen, sonst vertreibt sie die Kunden. Ich

halte es für notwendig, Sie auf gewisse Unarten aufmerksam zu machen, die wir am Verkaufspersonal schon beobachtet haben. Z. B. Aufstützen der beiden Ellenbogen auf den Ladentisch, Ordnen der Haare, Säubern der Fingernägel, Essen im Laden vor der Kundschaft, Sprechen mit kauendem Munde, Husten und Gähnen ohne die Hand oder das Taschentuch vor den Mund zu halten, Niessen ohne sich abzuwenden. Ich möchte Sie bitten, derartige Unarten abzulegen. Ueberhaupt soll jedes Beschäftigen mit der eigenen Person unterlassen und die ganze Aufmerksamkeit auf die Kundschaft gerichtet werden. Die Verkäuferin soll die Kundschaft ansehen, wenn sie dieselbe bedient und nicht über sie hinwegschauen, weil sie dadurch den Eindruck erweckt, dass ihr die Kundin gleichgültig sei. Im übrigen soll sie gewissen Kunden auch nicht zu tief in die Augen sehen! Taktlos ist es, wenn die Verkäuferin die Kundin von unten bis oben ungeniert mustert, als wenn sie die Kundin nach dem Aeussern einschätzen wollte. Die Frau fühlt sich dadurch beleidigt, besonders wenn sie dem Arbeiterstand angehört und nicht elegant angezogen ist. Schon oft sind Reklamationen eingegangen, dass Verkäuferinnen Arbeiterfrauen weniger höflich und zuvorkommend bedienen, als Damen aus den sogenannten bessern Kreisen.

b) Es kommt in unsern Läden sehr häufig vor, dass die Käufer auf Bedienung warten müssen. Ich habe z. B. im Laden Gempenstrasse schon 25 Frauen gezählt, die vor dem Ladentisch standen. Das kommt etwa an Samstag-Abenden vor. Warten macht aber leicht ungeduldig. Es muss deshalb der neu eintretenden Kundin sofort eine gewisse Beachtung geschenkt werden. Selbstverständlich ist die eintretende Kundin von der zunächst am Ladentisch stehenden Verkäuferin zu begrüssen und deren Namen zu nennen, falls sie die Dame kennt. Sie bittet sie, sich eine kleine Weile zu gedulden. Selbstverständlich muss streng der Reihe nach bedient werden. Eine Ausnahme darf nur dann eintreten, wenn die Dame, die an der Reihe ist, sich damit einverstanden erklärt. Die

Reihenfolge ist auch dann einzuhalten, wenn ein Kind an die Reihe kommt. Wie manche geplagte Mutter wartet mit Schmerzen auf die Rückkunft ihres Kindes, das sie in den Konsumladen geschickt hat. Schwierig gestaltet sich etwa die Bedienung der Arbeiterschaft eines Bauplatzes, die sich während der kurzen Arbeitspause schnell in einem Konsumladen bedienen will. Die Verkäuferin bittet die anwesenden Frauen um Entschuldigung, dass sie die Arbeiter zuerst bedienen müsse, sie tue das im Einverständnis mit der Verwaltung.

c) Sehr unhöflich ist es, ein Gespräch mit den andern Verkäuferinnen oder Gehilfinnen fortzusetzen, wenn Kundschaft in den Laden tritt. Kürzlich wurde mir Folgendes erzählt: Es kam da eine Dame in einen Konsumladen und fand die drei anwesenden Verkaufspersonen in eifrigem Gespräch im Hintergrund des Ladens. Die Frau trat an den Ladentisch und machte sich bemerkbar. Die drei Verkäuferinnen sahen einander an, als wollte jede zur andern sagen: «Gehe Du doch und bediene die Dame». Die Dame aber, als sie dies bemerkte, verliess den Laden, ohne etwas gekauft zu haben und berichtete mir das Vorkommnis. Solche Verkaufspersonen sollten entlassen werden, sie sind für die Genossenschaft von grossem Schaden.

Schon oft wurde auch berichtet, dass sich die Verkäuferinnen nicht sofort von ihrem Sitz erheben, wenn ein Kunde eintritt. Es zeugt das von Bequemlichkeit und Phlegma. Oft wird uns auch berichtet, dass am Montag die Verkäuferinnen einander über den Samstagball oder ihren Sonntagsausflug berichten und dabei die Kundschaft am Ladentisch warten lassen. Dies erregt stets grosses Aergernis und hat uns schon manche Beschwerde eingetragen.

Wir haben im Laden ein Beschwerdebuch aufgelegt, das aber wenig benützt wird, und zwar aus begreiflichen Gründen. Die Kundin muss befürchten, durch die Benützung desselben sich den Hass und die Rachsucht der Verkäuferin zuzuziehen. Darum schreibt sie lieber an die Verwaltung oder bleibt vom Laden weg. — Die Höflichkeit muss unter allen Umständen gewahrt bleiben, auch wenn es schwer

fällt. Wenn eine Kundin Streit anfängt, so soll die Verkäuferin ihre Ruhe nicht verlieren. Die erste Verkäuferin soll mit ihr auf die Seite gehen, damit die Bedienung nicht gestört wird. Die Verkäuferin hat in schweren Fällen der Verwaltung Anzeige zu erstatten, welche die Sache unter Umständen weiter verfolgt. Die Verwaltung wird die Verkäuferin gegen ungerechte Angriffe und Beleidigungen schützen. Immerhin ist wohl zu bedenken, dass in einem solchen Fall das Mitglied als Käufer verloren ist.

d) Alles Schwatzen und Klatschen der Verkäuferinnen untereinander ist zu vermeiden. Sie sollen sich, während Kundschaft im Laden ist, weder über ihre privaten Angelegenheiten noch über ihre Mitarbeiterinnen, noch über ihre Vorgesetzten unterhalten. Leises Sprechen macht bei den Frauen den Eindruck, dass man sich über **sie** unterhalte. Lautes Sprechen ist sowieso nicht statthaft. Lachen und Kichern der Verkäuferin ist für die Kundschaft beleidigend und empörend. Auch der Spiegel im Laden sollte von den Verkäuferinnen nicht allzu oft benützt werden, denn Eitelkeit ist keine Tugend. Die nicht bedienende Verkäuferin soll nicht untätig dastehen, sondern sich im Laden nützlich machen, denn es gibt immer etwas zu arbeiten. Es ist Sache der ersten Verkäuferin, dafür zu sorgen, dass die Gehilfinnen im Laden nicht «Maulaffen feilhalten». — Es ist selbstverständlich taktlos, abfällige Aeusserungen über die Kleidung oder das Benehmen der Kundschaft zu machen.

e) Auch ausserhalb des Geschäftes soll sich die Verkäuferin so betragen, dass sie durch ihr Auftreten das Ansehen des Geschäftes nicht schädigt. Diese Vorschrift ist ausdrücklich in unserem allgemeinen Dienstreglement niedergelegt. Achtet in erster Linie auf Euren guten Ruf! Der Ruf der Verkäuferin überträgt sich auf den Laden. Ladenlokale, deren Verkäuferinnen sich keines guten Rufes erfreuen, werden von vielen Hausfrauen gemieden. Der gute Ruf eines Mädchens ist leicht für immer verloren. Vermeidet z. B., Euch von bekannten Herren vom Geschäft abholen zu lassen und unterlasst auch derartige Privatbesuche. Hütet Euch vor frühen

Bekanntschaften, die zu nichts Gutem führen. Vermeidet auffallende Kleidung und kostbaren Schmuck. Benehmt Euch auch auf der Strasse so, dass Ihr nicht Aufsehen erregt. Um zu wissen, wie Ihr Euch zu benehmen habt, beobachtet diejenigen Personen, die für liebenswürdig und gewandt im Umgang gelten und lernet von ihnen.

7. Der Laden.

a) In einem Laden, der vollständig assortiert ist, müssen wir mit rund 1100 Artikeln rechnen. Um alle diese Artikel zu plazieren, brauchen wir grosse Ladenlokale, viel Schäfte, Schaukästen, Tröge, Schubladen, Behälter aller Art. Nicht nur im Laden selbst, sondern auch im Keller muss alles seinen Platz haben. Jede Verkäuferin und Gehilfin muss genau wissen, wo jeder Artikel untergebracht ist.

Es ist schon der Vorschlag gemacht worden, es sollten Spezialläden errichtet werden, um die Warenläden von einer Anzahl Artikel zu entlasten. Man sprach von Läden für Butter, Milch und Käse, für Zigarren und Tabak, für Seife, Putzartikel und entsprechende Bedarfsartikel. Wir halten jedoch eine solche Zerlegung des Warenladens für unzweckmässig. Es ist für die Hausfrau viel angenehmer, wenn sie alle benötigten Waren am gleichen Orte beziehen kann. Für unsere Genossenschaft selbst würde es eine grosse Mehrausgabe bedeuten, wenn wir solche Spezialläden in grösserer Zahl errichten müssten. Denken wir nur an den Mietzins. Zwei mittlere Läden kosten eben viel mehr als ein grosser Laden. Ferner müssten wir auch die Ladeneinrichtungen doppelt haben. Was das ausmacht, können Sie selbst ausrechnen, wenn ich Ihnen sage, dass eine Ladeneinrichtung auf über Fr. 20,000.— zu stehen kommt. Wir müssten natürlich für eine Spezialbranche, z. B. für Milch und Butter, eine grosse Zahl von Spezialläden errichten, sonst würde der Umsatz stark zurückgehen. Wir hätten also mit einer starken Kostenvermehrung zu rechnen, ohne eine Vermehrung des Umsatzes zu haben. Dies alles würde eine Herabsetzung der Rückvergütung zur

Folge haben. Wir wollen deshalb am bisherigen System grosser Läden festhalten und darin alle Artikel führen, die im Haushalt gebraucht werden. Jeder Warenladen soll für sich ein kleines Warenhaus sein.

b) Da der Warenladen etwa 1100 Artikel aufweist, so hat das Verkaufspersonal dafür zu sorgen, dass alle Artikel stets vorhanden sind. Das ist bei dieser grossen Zahl keine leichte Aufgabe. Die Verkäuferin muss die Bestellungen aufgeben, bevor die Artikel ganz ausgegangen sind. An vielen Orten ist es aber leider so, dass die Bestellung erst erfolgt, wenn nichts mehr da ist und der Artikel verlangt wird. Da braucht die Verkäuferin vielfach die Ausrede, dass sie bestellt habe, die Lieferung sei aber noch nicht eingetroffen. Sie schiebt also ihre eigene Schuld der Verwaltung zu. Wenn dann die Frauen bei uns reklamieren, so wird die Sache untersucht und dann stellt sich meistens heraus, dass eben keine Bestellung vorlag. Die Wahrheit kommt an den Tag, denn «Lügen haben kurze Beine». Bei der Abgabe der Artikel ist sehr darauf zu achten, dass die neue Lieferung erst dann angebrochen wird, wenn die alte Lieferung vollständig aufgebraucht ist. Damit das geschieht, muss bei der Einräumung in die Schäfte die neue Ware hinter die bereits vorhandene plaziert werden. Wenn dagegen eine Frau darauf besteht, dass sie von der neuen Ware haben will, so wird man ihren Willen erfüllen. Vortägiges Brot soll den Kunden als solches bezeichnet werden. Im allgemeinen ist zwar das vortägige Brot nicht beliebt, es soll den Leuten deshalb nicht aufgedrängt werden. Was nicht verkäuflich ist, geht an die Bäckerei zurück. Immerhin gibt es Leute, die altes Brot dem frischgebackenen vorziehen, weil es der Gesundheit zuträglicher ist. Vortägige Milch und Tafelbutter soll beim Eintreffen der neuen Ware zurückgegeben werden.

c) Wie verhält es sich mit der Abgabe der in den Schaufenstern ausgestellten Ware? Es soll Geschäfte geben, die in den Schaufenstern Lockartikel ausstellen. So werden z. B. in Damenkonfektion billige Blusen ausgestellt und wenn eine Käu-

ferin eine solche im Laden verlangt, so ist oft eine solche in dieser Preislage nicht mehr vorhanden. In diesen Fällen hat die Käuferin das Recht, die im Schaufenster ausgestellte Bluse zu dem angegebenen Preis zu verlangen. Wenn Ihr etwas im Schaufenster ausstellt, so habt Ihr die Pflicht, dafür zu sorgen, dass die Ware im Laden in gleicher Qualität und zu gleichem Preis auch erhältlich ist. Wie Ihr wisst, gibt die Dekoration der Schaufenster viel Arbeit. Es braucht oft viel Kopfzerbrechen, bis alles richtig und in guter Farbenverteilung geordnet ist. Ihr habt vielleicht in der Mitte der Gruppe ein hübsches Körbchen mit Obst ausgestellt. Da kommt eine Frau und verlangt gerade dieses Körbchen im Schaufenster. Da werdet Ihr der Frau auseinandersetzen, welche Störung dies im Schaufenster bedeuten würde und Ihr bietet ihr aus dem Laden ein gleichwertiges Körbchen an. Aber Ihr müsst im Laden gleichwertige Ware haben. Darum seid vorsichtig, dass Ihr nicht etwas ins Schaufenster stellt, das Ihr im Laden nicht in gleicher Qualität vorrätig habt.

d) Wenn der Laden richtig assortiert sein soll, so muss die Verkäuferin ein gutes Auge und ein gutes Gedächtnis haben. Sie soll auch nicht zu viel Ware auf einmal bestellen, sondern wissen, welches der Tages- oder Wochenbedarf ihres Ladens in jedem Artikel ist. Wenn sie das nicht weiss, so bestellt sie meistens zu viel und dann gibt es Ladenhüter oder die Ware verdirbt im Laden (Würmer im Mehl, Griess, Teigwaren, ranzige Butter etc.)

Da der Laden so viele Artikel beherbergt, so muss er auch mit allen neuzeitlichen Mobilien, Einrichtungen und Utensilien versehen sein. Der Ladentisch soll lang sein, damit auf demselben allerlei ausgestellt werden kann, das den Käufer zum Genuss reizt. Die Esswaren sollen besonders verlockend präsentiert werden. Die Schäfte hinter dem Ladentisch sollen ebenfalls mit Waren, die zum Essen einladen, garniert sein. Besonderes Augenmerk ist auf die Ausstellung der Fabrikate unserer Bäckerei und Konditorei zu richten, wozu ja in vielen Läden besondere Glas- und Schaukästen vorhanden sind. Elektrische Kaffeemühlen, Mandel- und Käsreibma-

schinen, Aufschneidemaschinen für die Charcuterie sollen für die gute Bedienung des Publikums vorhanden sein. Automatische Waagen, mit Zeigern, die zugleich Gewicht und Preis angeben, sind vielfach an die Stelle der alten Tafelwaagen mit den Gewichtsteinen getreten. Sie haben den Vorteil, dass der Käufer selbst das Gewicht kontrollieren kann. Alles das dient zur raschen Abwicklung der Bedienung. Sowohl für die Verkäuferin als auch für die Mitglieder haben wir in den meisten Läden nun ein Telephon eingerichtet und auch ein Adressbuch aufgelegt. Dagegen haben wir von der Einrichtung des Radio abgesehen, obschon ein solches auch schon verlangt wurde.

e) Abgabe von rechtem Mass und Gewicht ist in einem Genossenschaftsladen eine Selbstverständlichkeit. Aber trotzdem muss immer und immer wieder darauf aufmerksam gemacht werden. Oft wird unwissentlich das Milchmass schlecht gegeben, wenn das Mass nicht ganz in das Milchgefäss der Kundin ausgeschüttet wird und noch ein Rest zurückbleibt, der wieder in die Brente kommt. Wenn nur ein Centiliter zurückbleibt und der Laden täglich 200 Liter ausgibt, so macht es 2 Liter im Tag oder 730 Liter im Jahr oder Fr. 255.— für die Ladenkasse. Das ist jedoch nicht die Meinung der Verwaltung, sondern die strikte Forderung geht dahin: Abgabe von rechtem Mass und Gewicht. Ob auf diesen Umstand etwa auch die Abnahme des Milchumsatzes zurückzuführen ist, will ich hier nicht entscheiden. Wir werden vielleicht im Laufe des nächsten Jahres diejenigen Ladenlokale, die den Milchumsatz zu steigern vermochten, mit einer Prämie bedenken. Dagegen wird gegen diejenigen Verkäuferinnen, bei denen der Milchumsatz ständig zurückgeht, vorgegangen werden. Auch über mangelhaftes Gewicht wird oft geklagt, besonders bei Käse. Da ist es vorgekommen, dass für ¼ Pfund nur 120 gr anstatt 125 gr abgegeben wurden, und sogar die Lehrtöchter und Gehilfinnen von der Verkäuferin in dieser Weise instruiert werden. Dies ist unstatthaft und führt vorkommenden Falls zur Bestrafung.

8. Der psychologische Verkauf.

a) Das Verkaufen ist eine Kunst, welche nur zum Teil erlernt werden kann. Es muss zur Ausübung dieser Kunst eine Naturanlage vorhanden sein, die durch die Schule und die Uebung entwickelt wird. Beim Verkauf spielen sich in der Seele des Käufers eine Reihe von Vorgängen ab, welche die Verkäuferin richtig erfassen muss. Sie muss sich in die Seele des Käufers versetzen können und den Kaufakt vom Standpunkt des Käufers aus betrachten. Der Kaufakt muss auf einem freien Entschluss des Käufers beruhen. Der Kunde tritt in den Laden, um irgendeinen Bedarf an Nahrung, Kleidung, Haushaltungsartikeln etc. zu decken. In vielen Fällen wird der Entschluss des Käufers ohne weiteres gegeben sein, z. B. bei Ovomaltine. Da handelt es sich nur darum, ob eine grosse oder eine kleine Büchse verlangt wird und die Verkäuferin wird sich darauf beschränken, der Käuferin darzutun, falls letztere nicht zum Vornherein entschlossen ist, dass bei einer grossen Büchse die Käuferin einen Vorteil hat. Anders verhält sich die Sache, wenn die Käuferin nicht entschlossen ist, ob sie Ovomaltine oder Biomalz kaufen wird. Da sollte die Verkäuferin wissen, in welchen Fällen Biomalz und in welchen Fällen Ovomaltine vom Arzt empfohlen wird.

b) In den wenigsten Fällen hat sich beim Betreten eines Stoff-, Schuh- oder Haushaltungsartikelladens die Käuferin schon bestimmt entschieden, was sie will. Sie hat vielfach noch eine unklare Vorstellung hiervon. Da hat nun die Verkäuferin sich rasch darüber klar zu werden, was sie der Kundin vorlegen soll. Sie muss diejenige Ware herbeibringen, welche der Vorstellung der Kundin am ehesten entspricht. Die Kundin beachtet in diesen Branchen im allgemeinen den Preis, die Grösse, Farbe, Form, Bequemlichkeit, Zweckmässigkeit und Qualität. Die Verkäuferin muss rasch erkennen, ob die Käuferin mehr auf den Preis als auf die Qualität sieht und welche Mode, Form, Farbe etc. sie zu haben wünscht. Die geschickte Verkäuferin wird daher die Ware empfehlen, für welche die Käuferin Inter-

esse hat. Wenn sich die Kundin entschlossen hat, so wird die Verkäuferin nicht etwa abraten, die Ware zu kaufen oder eine andere Qualität zu nehmen. Das kann dagegen bei unentschlossenen Kunden geschehen, wo die Verkäuferin die gute Beraterin sein soll.

Nach abgeschlossenem Kauf wird die Käuferin nochmals überlegen, ob das, was sie gekauft hat, auch wirklich ihren Wünschen und ihrem Bedarf entspricht, oder ob sie etwas gekauft hat, was sie eigentlich nicht kaufen wollte. Je nachdem wird sie ein Gefühl der Zufriedenheit oder der Unzufriedenheit gegen die Verkäuferin oder das Geschäft in sich verspüren. Wenn sie zur Anschauung kommt, sie habe sich überreden lassen, wird sie einen Groll gegen die Verkäuferin empfinden und den Laden nicht mehr betreten. Die Verkäuferin hüte sich also, den Kunden etwas aufzuschwatzen.

Die Verkäuferin muss sich beim Verkauf in die Seele des Kunden hineindenken und auf die seelischen Vorgänge im Kunden achten, damit dieser nach abgeschlossenem Kauf das Gefühl vollkommener Zufriedenheit hat. Die Verkäuferin muss es merken, bei welchem Seelenvorgang der Kunde angelangt ist. Sie kann das schliessen aus seinen Worten, aus der Miene und aus seinen Gebärden. Sobald der Kunde vor dem Kaufentschluss steht, soll keine neue Ware mehr vorgelegt werden.

c) Der schwierigste Kundentyp ist die unentschlossene Kundin. Sie ist selbst noch darüber im Unklaren, was für einen Stoff oder was für einen Schuh sie haben will. Hier gilt es, zunächst mit grosser Geduld den Wunsch der Kundin zu ermitteln durch Vorführen einzelner besonders schöner Stoffe oder Modelle, durch entsprechenden Hinweis auf die Qualität, durch Hervorheben der verschiedenartigen Vorzüge etc. Dadurch soll der Kaufwunsch erregt werden und es ist alsdann Sache der erfahrenen Verkäuferin, dass sie sich bei der Verkaufsabwicklung in die Seele der Kundin hineindenken kann und die Kundin nach dem abgeschlossenen Verkauf das Gefühl der Befriedigung hat. Das heisst man psychologischen Verkauf. Der

psychologische Verkauf arbeitet nicht nur für den Augenblick, sondern auch für die Zukunft, indem er Dauerkunden schafft, die für jedes Geschäft das wertvollste Kapital sind. Der psychologische Verkauf erspart auch Zeit. Er macht auch den Verkäuferinnenberuf interessant und inhaltsreich, weil er eine individuelle Behandlung der Kundschaft erfordert. Er ist keine Maschinenarbeit, sondern eine Kunst.

9. Warenkunde.

a) Die Kunden, welche Ware kaufen wollen, haben in der Regel keine Kenntnis von der begehrten Ware und sind deshalb auf die Beratung durch die Verkäuferin angewiesen. Sie werden im Laufe des Verkaufsgespräches die Verkäuferin über die Ware befragen. Kann die Verkäuferin keine rechte Auskunft geben, so hat sie zum voraus das Vertrauen der Kunden verloren. Dagegen steigt das Vertrauen zur Verkäuferin umso mehr, je mehr sie über die Ware zu sagen weiss. Im Warenladen wird z. B. gefragt, wie lange man eine bestimmte Sorte Teigwaren kochen müsse oder welche Seife für dieses oder jenes Wäschestück sich eignet, in der Schlächterei, wie lange man diese oder jene Fleisch- oder Wurstsorte kochen müsse. Wenn die Verkäuferin nicht Bescheid weiss, so wird die betr. Ware nicht gekauft. Ist der Bescheid falsch, so gibt es bald mit der Verkäuferin eine scharfe Auseinandersetzung, wobei oft allerlei Namen zur Anwendung kommen. Weiss die Verkäuferin richtig Bescheid zu geben, so bekommt sie im Verkauf Sicherheit und sie wird dadurch selbst innerlich befriedigt und freudig gestimmt, was sich auch auf die Kundschaft überträgt.

b) Warenkenntnis bedeutet auch Zeitersparnis, da die Verkäuferin nicht zuerst ihre Mitangestellten fragen muss, ob diese oder jene Ware sich am Lager befindet und wie sie gebraucht werden müsse. Die Verkäuferin, die Warenkenntnis besitzt, wird auch auf Einreden der Kunden und auf Kritik über diese oder jene Ware antworten können. Z. B. beim Eierverkauf soll sie über den wahren Wert

orientiert sein. Die Verkäuferin soll über das Rohmaterial, aus der die Ware hergestellt ist, Aufschluss geben können, z. B. bei gemahlenem Kaffee. Auch über die Behandlung der Ware soll die Verkäuferin richtige Auskunft geben können, z. B. soll sie beim Verkauf von Haushaltungsartikeln angeben können, wie man das Geschirr behandeln und reinigen muss. Sie soll wissen, ob man eine Ware an einem trockenen oder feuchten Ort, an einem kalten oder warmen Ort aufbewahren muss, ob und wie lange man ein Nahrungsmittel aufbewahren kann. Ueber dies alles soll eine Verkäuferin Bescheid wissen. Sie soll auch Bescheid wissen über die Bestimmungen des Lebensmittelpolizeigesetzes, soweit es ihren Laden betrifft. Es ist deshalb notwendig, dass sie sich in dieser Richtung genau orientiert. Uebertretung des Gesetzes zieht Strafe nach sich und wenn die Verkäuferin die Schuld trägt, wird sie selbst zur Verantwortung gezogen, z. B. wenn Wein essigstichig und trüb ist. Es ist Sache der Warenkunde, dem Personal die nötigen Kenntnisse zu vermitteln.

c) Durch den praktischen Dienst hat die Verkäuferin Gelegenheit, sich Warenkenntnisse zu verschaffen. Sie lernt die Ware beim Wareneingang und beim Auspacken kennen. Sie muss sich mit der Ware beschäftigen beim Einräumen in die Schäfte, beim Instandhalten des Warenlagers und beim Verkauf selbst. Die Lehrtochter wird hierbei von den Verkäuferinnen Anleitung und Belehrung erhalten. Sie soll auch Kataloge, Prospekte, Abhandlungen in Zeitungen und Fachschriften und Bücher über Warenkunde lesen und so die notwendigen Kenntnisse sich verschaffen. Ferner werden von der Verwaltung von Zeit zu Zeit Vorträge über Warenkunde veranstaltet, die zu besuchen Pflicht des Personals ist. Hemmend für die Warenkenntnis wirkt der Umstand, dass viele Waren in abgepacktem Zustand der Verkäuferin übergeben werden. Es sind dies zunächst die Markenartikel, die von der Fabrik direkt abgeliefert werden, sei es in Dosen mit schönen Etiketten oder in Packungen in buntschillerndem Umschlag. Ausserdem werden in den Zentrallagern durch sinnreich konstruierte Maschinen die meisten Waren

in Gläser, Büchsen, Tüten, Schachteln, in genauem Mass und Gewicht abgefüllt, hübsch etikettiert und mit Preisangabe versehen in die Läden geliefert. Es soll damit der Verkäuferin die Arbeit des Abwägens und Abmessens abgenommen und dadurch die Bedienung beschleunigt werden. So bekommt die Verkäuferin die Ware gar nicht mehr zu Gesicht. Trotzdem wird die Verkäuferin oft befragt werden, wie man diese oder jene Ware behandeln, diese oder jene Speise zubereiten müsse. In diesem Falle muss die Verkäuferin durch öffentliche Kurse, durch die Kurse der Verwaltung, durch die Lektüre und durch Erprobung im eigenen Haushalt sich das nötige Wissen verschaffen, um richtige Auskunft geben zu können. Die Verkäuferin soll nicht nur ein Automat sein, der die Ware vom Schaft in den Einkaufskorb der Kunden hebt, sie soll auch über die Ware, die sie fertig verpackt erhält, in bezug auf Ursprung und Verwendung orientiert sein. Kommt ein neuer Artikel, so soll sie von der Verwaltung über alles Wissenswerte informiert werden, damit sie darüber der Kundschaft Aufschluss geben kann. Die Verkäuferin muss der Kundin klarmachen, dass der Artikel anziehend, passend, nützlich, dauerhaft und preiswert ist. Um das zu können, muss sie den Artikel vollständig kennen.

10. Kundenkenntnis.

a) Wir haben in den letzten Lektionen vom psychologischen Verkauf gesprochen. Wir haben gesehen, dass dazu in erster Linie Warenkenntnis gehört. Neben der Warenkenntnis ist aber vor allem auch Kundenkenntnis erforderlich. Menschenkenntnis überhaupt bewahrt uns im Leben vor Enttäuschungen. Sie bewahrt uns vor überschwenglichen Hoffnungen. Wir müssen die Menschen nehmen wie sie sind und nicht, wie sie sein sollten. Die Verkäuferin muss suchen, die Eigenschaften der Kunden kennen zu lernen, um sie persönlich, oder sagen wir individuell behandeln zu können. Sie wird bald herausfinden, aus welchen Gesellschaftsschichten die Käuferin stammt und ihre Rede darnach einrichten. Das will aber nicht heissen, dass sie eine vornehme Dame

höflicher bedienen soll als eine Arbeitersfrau, aber der Ton muss etwas anders sein. Bei der Arbeitersfrau kann sie einen familiären Ton anschlagen, während sie bei der vornehmen Dame in der Wahl ihrer Ausdrücke zurückhaltend sein muss. Ferner muss sie es herausbekommen, ob sie es mit einer ernsten oder heitern, mit einer schweigsamen oder redseligen Kundin zu tun hat. Immerhin kann eine anfangs übelgelaunte, schwer zu behandelnde Kundin durch freundliche Behandlung zu einer liebenswürdigen Käuferin werden.

b) Männliche und weibliche Kunden sind verschieden zu behandeln. Die Frauen haben für die hunderterlei Bedürfnisse des täglichen Lebens zu sorgen. Sie kennen die Geschäfte, wo sie die verschiedenen Dinge bekommen und haben auch mehr Kenntnisse über die Qualität und die Preise als der Mann. Während der Mann weiss, was er kaufen will, wenn er den Laden betritt und meistens nicht mehr kauft, als er sich vorgenommen hat, lassen sich Frauen viel eher zu Mehrkäufen verleiten. Die Männer hegen z. B. gegen die Ausverkäufe grosses Misstrauen, während die Frauen diese Veranstaltungen bevorzugen. Der Mann entschliesst sich rasch zum Kaufen, ohne gross auf den Preis zu achten oder zu markten. Er wird das einmal Gekaufte nicht mehr umtauschen, es sei denn, dass die Frau oder die Mutter ihn dazu veranlasst. Der Mann wird selten den Laden verlassen, ohne etwas gekauft zu haben, er hat im allgemeinen Vertrauen in die Verkäuferin. Wird er getäuscht, so wird er allerdings den Laden nicht mehr betreten. Der Mann ist mit der Auswahl bald fertig. Die Frau aber lässt sich Zeit zum Einkaufen. Bei vielen Frauen ist ja das Einkaufen die liebste Beschäftigung. Sie schauen mehr auf den Preis als der Mann, auch versuchen sie vielfach zu markten.

c) Die Verkäuferin muss deshalb den männlichen Kunden anders behandeln als den weiblichen. Sie wird dem Mann das vorzeigen, was er zu kaufen begehrt und ihm kurz das Verhältnis der Qualität zum Preis erklären. Sie wird ihm keine Ware vorzeigen, die er nicht verlangt. Ganz anders verhält

sich die Frau beim Einkauf. Die Verkäuferin muss darauf bedacht sein, eine grosse Auswahl vorzuzeigen, z. B. bei Schuhen. Sie darf nicht ungeduldig und auch nicht langweilig werden, sondern muss in unüberwindlicher Langmut auf die Wünsche und Fragen der Frauen eingehen. Sie darf auch der Frau zureden. Wenn ein Gegenstand nicht vorhanden ist, so kann sie ihr einen Ersatz anbieten, eher als einem Mann. Die Verkäuferin muss in diesem Fall in höflichen Worten bedauern, dass der Artikel nicht geführt wird. Wenn der Artikel ausgegangen ist, wird sie erklären, dass leider die neue Lieferung noch nicht eingetroffen sei, dagegen in den nächsten Tagen kommen werde. Sie wird fragen, ob der Kunde warten könne, man werde ihm den Artikel zuschicken. Wenn er nicht warten kann, bietet man einen Ersatz an. Das Letztere wird bei einer Frau eher möglich sein als bei einem Mann. Die Verkäuferin muss mit feinem Takt diesem Unterschied in der Bedienung bei männlichen und weiblichen Kunden Rechnung tragen.

d) Die Verkäuferin wird auch einen Unterschied in der Bedienung älterer und jüngerer Kundinnen und Kunden machen. Aeltere Frauen erwarten eine rücksichtsvolle Behandlung und einen respektvollen Ton. Sie fühlen sich da am wohlsten, wo man sie kennt und haben es gern, wenn man sie mit dem Namen anredet und begrüsst. Sie fangen auch gern ein Gespräch an und die Verkäuferin wird darauf eingehen, ohne jedoch zu viel Zeit zu verlieren. Sie soll das Gespräch immer wieder auf den zu kaufenden Gegenstand leiten, darf aber nicht ungeduldig werden. Bei der Auswahl von Geschenken soll sie besonders den Männern helfen, die bei solchen Einkäufen sich oft nicht recht zu helfen wissen. — Junge Mädchen kommen bei der Auswahl ihrer Toilette oft in Begleitung ihrer Mütter, die auch das Portemonnaie besitzen. Da kommt es oft zu Meinungsverschiedenheiten zwischen Mutter und Tochter, wo die Verkäuferin vermitteln muss. Kommt das Mädchen allein, so kann sich die Verkäuferin einen vertraulicheren Ton erlauben, aber ja nicht von oben herab, als wolle sie alles besser wissen. Mit Jünglingen soll die Verkäuferin sehr höflich sein, da man-

cher beim Einkauf ein gewisses hochfahrendes Auftreten hat. Wenn der Bursche aber befangen und linkisch auftritt, so helfe ihm die Verkäuferin und sei besonders freundlich und aufmerksam. Er wird dann seine Schüchternheit ablegen und zu einem Kauf zu bewegen sein.

11. Verschiedene Kundschaft.

a) Kinder. Die Bedienung der Kinder bereitet oft in den Konsumläden Schwierigkeiten. Vielfach wird reklamiert, dass die Verkäuferin sie oft lange warten lasse und andere Kunden bediene, die nachher gekommen sind. Da muss immer und immer wieder eingeschärft werden, dass die Kinder nicht übergangen werden dürfen. Wenn in einem Laden mehrere Kinder anwesend sind, die auf Bedienung warten müssen, so fangen sie leicht an, Allotria zu treiben, miteinander zu spielen, zu streiten, ja sogar «Jägerlis» zu machen. Auch aus diesem Grunde müssen diese Buben bald bedient werden, dann aber heisst es: «Jetzt marsch zum Laden hinaus!» Manchmal haben die Kinder vergessen, was sie bringen sollen. Da muss die Verkäuferin durch Fragen ihr Gedächtnis wieder aufwecken. Sie kann es vielleicht auch aus dem Geldbetrag ersehen, den der Kleine mitgebracht hat. Am besten ist es, wenn die Mutter dem Kind einen Zettel mitgibt, auf dem das vermerkt ist, was es bringen soll. Oft ist in diesem Papier auch das Geld eingewickelt. Besonderes Augenmerk hat die Verkäuferin darauf zu richten, dass sie auf die Tüte für jeden einzelnen Artikel den Betrag aufschreibt und auch richtig addiert. Die Hausfrau muss beim Nachhausekommen des Kindes prüfen können, ob ihm das Geld richtig herausgegeben worden ist. Nachträgliche Reklamationen sind sehr häufig. Besonders bei den Kindern soll die Verkäuferin darauf achten, dass das Herausgeld richtig eingewickelt mitsamt der Addition dem Kind übergeben wird. Es kommt eben vor, dass Kinder auf dem Heimweg das Geld verlieren oder dass es ihnen gestohlen wird, oder dass sie einen Teil für Naschwaren verwenden. Da ist es gut, wenn die Verkäuferin durch Zeugen beweisen

kann, dass sie das Herausgeld dem Kind gegeben hat. Ist der Fall nicht ganz klar, so hat sie das Fehlende zu ersetzen unter Mitteilung an die Ladenkontrolle. Sie soll nicht wegen einigen Rappen Streit anfangen und die Frau und Mutter des Kindes verärgern, besonders wenn es der erste Fall ist. Acht geben soll die Verkäuferin auch, dass sie dem Kind die Ware richtig verpackt in den Korb legt.

b) Die « bessere » Kundschaft. Es wird in den Privatläden oft bemerkt, dass Frauen aus vornehmen Kreisen besser behandelt werden, als die Arbeitersfrau. Das soll im Konsumladen selbstverständlich nicht vorkommen, sondern die Bedienung soll eine gleichmässige sein. Es gibt aber auch Kunden, die es wohl hoch im Kopf haben und vornehm tun, aber wenig Geld im Beutel besitzen. Sie verlangen gute, gediegene Ware, aber sie muss zugleich billig sein. Da ist es etwa möglich, solche Leute mit Ware zu herabgesetzten Preisen oder solche mit kleinen Fehlern zu bedienen (Geschirr etc.) und den Preis ihrem Geldbeutel anzupassen.

Die Kundschaft aus dem Kreis der Arbeiter und Angestellten ist leichter zu bedienen, als diejenige aus den obern Gesellschaftsschichten. Die Verkäuferin hat bei den mittleren und untern Schichten einen freundlichen Ton anzuschlagen, ohne selbstverständlich den Respekt ausser Acht zu lassen. Einfache Bauersleute fühlen sich in einem luxuriös eingerichteten Laden nicht heimisch. Da die Genossenschaftsläden jedoch in überwiegender Zahl von einfachen Leuten besucht werden, so müssen unsere Läden zwar geräumig, hell und luftig eingerichtet und mit praktischen, soliden und währschaften Mobilien versehen sein, dafür aber keinen unnötigen Luxus, keine Schnörkel etc. aufweisen. Spiegel sollen mässig verwendet werden, die Hauptsache ist, dass sich auch die einfachen Frauen im Laden gern aufhalten, wozu neben dem Verkaufspersonal auch die Einrichtung und der Zustand des Ladens beitragen kann.

c) Temperament der Kundschaft. Die Verkäuferin muss das Temperament des Kunden kennen lernen. Es gibt heitere und ernste Kunden, die ver-

schieden behandelt sein wollen. Gegenüber heiteren Kunden sei sie ebenfalls heiter. Wenn aber jüngere oder manchmal auch ältere Männer mit ihr ihren Spass treiben wollen, so sei sie zurückhaltend. Mit ernsten Kunden muss sie natürlich auch eine ernste Miene aufsetzen und den Griesgram richtig zu bedienen suchen. Unentschlossene Kunden muss die Verkäuferin zu einem Entschluss bringen, indem sie ihnen mit ihrer Warenkenntnis zu Hilfe kommt. In den Warenhäusern, aber auch etwa in Spezialgeschäften, trifft man die «Seh»-Kundinnen. Diese Frauen besuchen oft 7—8 Geschäfte, bis sie sich zu einem Kauf entschliessen. Viele Geschäfte laden die Frauen zur Besichtigung ein, indem sie durch Plakate bekannt geben: «Kein Kaufzwang». Auch mit diesen «Seh»-Kunden muss die Verkäuferin freundlich sein, denn aus den Sehkunden sollen Kaufkunden werden. Es gibt auch Kunden, die alles schön finden und sich eine Menge Waren zeigen lassen, aber nichts kaufen. Auch durch solche Kunden soll sich die Verkäuferin nicht aus der Fassung bringen lassen und ihnen mit der gleichen Freundlichkeit begegnen, als ob sie etwas gekauft hätten. Auf eine besondere Art Kunden möchte ich hier noch hinweisen. Es gibt etwa Leute, die von der Konkurrenz geschickt werden, um sich nach Qualität und Preis gewisser Artikel zu erkundigen. Merkt das die Verkäuferin, so soll sie in der Auskunft möglichst kurz sein und alsdann der Ladenkontrolle von dem Vorfall Kenntnis geben.

Häufig kommt es vor, dass eine Kundin am Preis markten will oder bei der Bezahlung einen Rabatt verlangt. Die Verkäuferin setzt der Kundin auseinander, dass es ihr nicht erlaubt sei, die Ware billiger abzugeben, da kein reelles Geschäft an den festgesetzten Preisen markten lasse. Die Preise seien äusserst kalkuliert. Wenn die Kundin droht, fortzugehen, so muss ihr die Verkäuferin nochmals klarzumachen suchen, dass sie die Ware nicht billiger geben könne.

Die anspruchsvolle Kundin gibt der Verkäuferin viel zu tun. Sie soll sich aber dabei nicht ärgern. Sie muss bedenken, dass die «Dame Kundin» die «ungekrönte Königin von Handel und Wandel» ist.

Es kommen auch misstrauische Kunden in den Laden. Das sind solche, die früher einmal beim Einkauf von Waren hineingefallen sind. Da sie keine Warenkenntnis besitzen, befürchten sie, wieder betrogen zu werden. Die Verkäuferin muss sich bemühen, das Misstrauen zu zerstreuen. Sie muss erklären, dass in einem Genossenschaftsladen das oberste Prinzip darin besteht, nur reelle Ware zu möglichst billigem Preis abzugeben. Wenn die Käuferin von der Ware nicht befriedigt sei, so sei man bereit, die Ware wieder zurückzunehmen und das Geld zurückzugeben, sofern der Gegenstand nicht gebraucht worden sei. Die Verkäuferin soll sich hüten, die Ware in übertriebenem Masse anzupreisen. Wenn die misstrauische Kundin gut bedient wird, so wird sie ihr Misstrauen verlieren und zu einer treuen Kundin des Ladens werden.

12. Die gute Kaufstimmung.

a) Wir haben schon früher bemerkt, dass die Verkäuferin alles aufwenden muss, damit die Hausfrau gern in den Laden kommt und ihr der Einkauf der Waren zur angenehmen Beschäftigung wird. Aber auch dem männlichen Kunden soll durch die Verkäuferin der Einkauf seiner Bedürfnisse, und seien es auch nur Zigarren, Früchte etc., nicht zur Qual oder unangenehm gemacht werden. Die Verkäuferin muss den Käufer in gute Stimmung versetzen. Wenn diese Stimmung beim Eintritt schon vorhanden ist, muss die Verkäuferin darnach trachten, sie zu erhalten; ist sie nicht vorhanden, so muss sie geschaffen werden. Mittel zur Erstellung einer guten Kaufstimmung sind der höfliche Gruss, die freundliche Frage nach den Wünschen und das Erweisen kleiner Aufmerksamkeiten. In grossen Geschäften erfolgt dies durch eine Empfangsdame, in den Konsumvereinsläden durch eine Verkäuferin, die zunächst am Ladentisch steht. Im Kaufhaus begrüsst etwa die Kassierin, oder wenn ein männlicher Angestellter dort ist, so begrüsst **er** die eintretende Kundin und weist sie nach der Begrüssung in die Abteilung, wo sie ihren Kauf machen will. Die Verkäuferin sagt vernehmlich. aber nicht zu laut «Guten

Tag» und fügt den Namen bei, falls sie ihn kennt. In der Schweiz ist es nicht üblich, zu sagen: «Guten Tag meine Dame» oder auch «Guten Tag gnädige Frau», dagegen aber «Guten Tag Fräulein». Natürlich wird die Verkäuferin es nicht unterlassen, Frauen, die sie kennt, mit Frau Doktor oder Frau Direktor zu titulieren. Alle diese Titel sollen aber nicht zu laut gesprochen werden, sonst gibt es Aergernis bei der übrigen Kundschaft. Ueberhaupt ist es in der Schweiz nicht üblich, allzuviel Ehrenbezeichnungen anzuwenden. Sobald die Frau an den Ladentisch herantritt, soll sie gefragt werden, was sie zu kaufen wünsche. Das muss in höflicher und freundlicher Form geschehen. Es kann gefragt werden: «Was brauchen Sie heute?», «Womit kann ich Ihnen dienen?»; etwa auch: «Was wünschen Sie?». Allzu unterwürfig soll die Fragestellung auch nicht sein, weil wir das in der Schweiz nicht gewohnt sind. Der Ausdruck «Gnädige Frau» und dergleichen darf nicht gebraucht werden. Uebrigens kommt es hauptsächlich auf den Ton an, in welchem die Kundin nach ihrem Begehr gefragt wird. Bei Kindern fragt die Verkäuferin: «Was sollst du holen?» und schaut nach, ob das Kind nicht ein Zettelchen hat, auf dem das Gewünschte aufgeschrieben ist.

In unseren Läden kommt es vor, dass die Frauen auf die Bedienung warten müssen. Da hängt es viel von der Verkäuferin ab, zu verhüten, dass die Frauen den Laden verlassen, ohne bedient zu werden. Erste Forderung ist, dass alle Verkaufspersonen an den Ladentisch treten und die Bedienung aufnehmen, auch wenn sie an einer Arbeit waren. Wenn z. B. Lehrtöchter oder Gehilfinnen an Reinigungsarbeiten oder Warenabwägen beschäftigt sind oder Waren in die Schäfte versorgen, so sollen sie die Arbeit unterbrechen, sobald zwei Personen am Ladentisch warten müssen. Zahlreiche Reklamationen laufen ein, worin darüber geklagt wird, dass die Frauen warten müssen, während die Verkäuferin am Schreibtisch sitzt und die Lehrtochter Reinigungsarbeiten verrichtet. Zahlreich sind auch die Reklamationen über langsame und unpraktische Bedienung. Die Frauen

wollen in der Regel mehrere Artikel einkaufen und die Verkäuferin erspart sich viel Zeit, wenn sie nicht bei jedem einzelnen Artikel den Gang machen muss. Anderseits darf sie nicht missgestimmt werden, wenn die Frauen sagen, sie müssten noch dies oder jenes haben. Es kommt etwa vor, dass eine Käuferin in Begleitung einer männlichen Person, die nicht kaufen will, in den Laden tritt. Falls die Verkäuferin dies weiss, so soll sie den Nichtkäufer nicht inkommodieren; weiss sie es nicht, so kann sie fragen, ob der Herr schon bedient werde. Es kommt auch vor, dass eine Frau verlangt, man solle ihr einen Artikel reservieren, ohne dass sie den Artikel sofort bezahlt. Sie sagt, sie werde später die Waren abholen. Die Verkäuferin wird die Ware beiseite legen und dem Wunsch willfahren. Sie soll die Ware aber so beiseite legen, dass sie dem Gesichtskreis der übrigen Kundschaft entzogen wird, es kann sonst vorkommen, dass der Artikel von einer andern Kundin verlangt wird, wenn der Vorrat ausgegangen ist. Das führt oft zu Aerger und Verdruss und hat schon manchen Kunden vertrieben. Solche Ware gilt als verkauft, auch wenn sie nicht bezahlt ist. Das gleiche gilt bei telephonischen Bestellungen. Solche kleine Dienstleistungen erhalten die Freundschaft. Aehnlich kommt es vor bei Fabrikarbeitern, die die Ware erst bei der Rückkehr aus der Fabrik in Empfang nehmen etc.

b) Ich möchte Ihnen zum Schlusse noch einige Andeutungen machen, wie sich die Verkäuferin zu verhalten hat, wenn eine Käuferin die Ware nicht bezahlen kann. — Es gibt unter den Hausfrauen Schuldenmacherinnen, die nicht nur ihrem Mann, sondern der ganzen Familie zum Verhängnis werden können. Wenn eine Verkäuferin einer derart veranlagten Frau Waren auf Kredit abgibt, so macht sie sich am Ruin der Familie mitschuldig. Die aufmerksame Verkäuferin wird diese Sorte von Frauen bald kennen und sich darnach einrichten. — Es ist unserm Verkaufspersonal vorgeschrieben, nur gegen bar Waren abzugeben, aber in Zeiten wirtschaftlicher Not lässt sich dieses Gebot nicht strikte durchführen. Auch hier heisst es: Keine Regel ohne Ausnahme. Wenn die Familie durch Arbeits-

losigkeit, Krankheit, Todesfall oder ähnliche Ursachen mittellos geworden ist, so kann die Verkäuferin einen mässigen Kredit gewähren. Derselbe soll jedoch den Betrag der zu erwartenden Rückvergütung nicht überschreiten. Wird weiterer Kredit verlangt, so hat sich die Verkäuferin an die Verwaltung zu wenden, die von Fall zu Fall entscheidet. Unterlässt dies die Verkäuferin, so hat sie einen allfälligen Verlust selbst zu tragen. — Es gibt Verkäuferinnen, die hart sind und die Ware wieder zum Korb herausnehmen, wenn nicht alles bezahlt ist. Dies geschieht oft vor anwesenden Kunden. Ein solches Vorgehen sollte vermieden werden, es wäre denn, dass der gewährte Kredit schon längst überschritten ist. Manchen anderen Verkäuferinnen geht das gute Herz mit dem Verstand durch. Sie kreditieren drauflos, ohne sich Rechenschaft zu geben, ob die Familie die Schuld begleichen kann. Hier heisst es, die Mitte zu halten. — Wenn eine Frau zu wenig Geld bei sich hat, um die von ihr gekauften Waren zu bezahlen, soll die Verkäuferin den fehlenden Betrag genau notieren und der Frau mitteilen. Sie soll dagegen die Ware nicht zurückbehalten. Es geht auch nicht an, dass die Verkäuferin ein Kind, das zu wenig Geld bei sich hat, nach Hause schickt, um das fehlende Geld zu holen. Sie soll jedoch den Betrag der Hausfrau mitteilen, damit diese genau weiss, was sie schuldig ist. Vergisst die Frau, die Schuld zu begleichen, so soll sie in diskreter Weise gemahnt werden. Bei langem Zuwarten entstehen Meinungsverschiedenheiten, die zu unangenehmen Auftritten führen können.

Hiermit beendige ich meine Ausführungen über den Verkaufsdienst und hoffe, dass Sie das, was ich Ihnen gesagt habe, beherzigen und in Ihrer praktischen Betätigung anwenden werden.

